

भारतीय विपणन रणनीति

(सार्क देशों के विशेष सन्दर्भ में)

(India's Marketing Strategy With Special Reference to "SAARC" Countries)

इलाहाबाद विश्वविद्यालय की डी० फिल्० उपाधि के लिए प्रस्तुत

शोध प्रबन्ध



निर्देशक

डॉ० वी० एम० बैजल

शोधकर्ता

ज्ञान प्रकाश वर्मा

वाणिज्य एवं व्यवसाय प्रशासन विभाग,
इलाहाबाद विश्वविद्यालय,
इलाहाबाद

2001

प्राक्कथन

सार्क एक बहुपक्षीय क्षेत्रीय मंच (फोरम) है जिसमें जनसंख्या, भूमि क्षेत्रफल, प्राकृतिक संसाधन, सकल घरेलू उत्पाद (जी०डी०पी०), विदेशी व्यापार एवं क्षेत्रीय राजनीति की दृष्टि से भारत का वर्चस्व है ।

भारत में विपणन एवं व्यापार की नवीन नीति को १९६१ से लागू किया गया जिससे बाह्य उन्मुखी विपणन रणनीति को प्रोत्साहन मिला है । यह शोध प्रबन्ध “भारतीय विपणन रणनीति - सार्क देशों के विशेष सन्दर्भ में” एक विनम्र प्रयास है ।

प्रस्तुत शोध कार्य डॉ० वी०एम० बैजल, रीडर, वाणिज्य एवं व्यवसाय प्रशासन विभाग, इलाहाबाद विश्वविद्यालय, इलाहाबाद के कुशल एवं विद्वतापूर्ण निर्देशन का परिणाम है । इस शोध प्रबन्ध को वर्तमान रूप देने में उनके महत्वपूर्ण योगदानों को मैं जीवनपर्यन्त नहीं भुला सकूँगा ।

इस शोध-यज्ञ को पूरा करने में निम्न महानुभावों का सहयोग मुझे सतत प्राप्त होता रहा है — प्रोफेसर पी०सी० शर्मा, विभागाध्यक्ष, वाणिज्य एवं व्यवसाय प्रशासन विभाग, इलाहाबाद, श्री एल०एम० वर्मा, पुस्तकालयाध्यक्ष, वाणिज्य एवं व्यवसाय प्रशासन विभाग, इलाहाबाद विश्वविद्यालय, डॉ० एस०सी० तिवारी, प्राचार्य, काशी नरेश राजकीय स्नातकोत्तर महाविद्यालय, ज्ञानपुर, डॉ० महेन्द्रराम, विभागाध्यक्ष, भूगोल, श्री सुशील बाबू, प्रवक्ता, भूगोल, श्रीमती मंजू सिंह, प्रवक्ता, वाणिज्य, श्रीमती इन्दू श्रीवास्तव, विभागाध्यक्ष, समाजशास्त्र, डॉ० आनन्द प्रकाश पाण्डेय, वरिष्ठ प्रवक्ता, दर्शन शास्त्र, डॉ० राजकुमार सिंह, वरिष्ठ प्रवक्ता, रसायन विज्ञान, डॉ० सत्येन्द्र सिंह, वरिष्ठ प्रवक्ता, रसायन विज्ञान विभाग, काशी नरेश स्नातकोत्तर महाविद्यालय, ज्ञानपुर, श्री ज्ञानप्रकाश यादव, एम०बी०ए०, इलाहाबाद । काशी नरेश राजकीय स्नातकोत्तर महाविद्यालय, ज्ञानपुर के अर्थशास्त्र विभाग के विभागाध्यक्ष श्री धर्मराज सिंह, ने इस शोध-यज्ञ को पूरा करने में जहाँ समय-समय पर मुझे प्रोत्साहित किया, वही अर्थशास्त्र विभाग के ही डॉ० शिव नारायण गुप्त ने इस शोध-यज्ञ हेतु सामग्री चयन एवं प्रस्तुतीकरण में अपना अप्रतिम योगदान दिया है । उक्त सभी महानुभावों का मैं हृदय से आभार व्यक्त करता हूँ ।

इस शोध कार्य को पूरा करने में मेरे कर्मयोगी पिता, स्नेहमयी माँ, पत्नी, भाइयों, परिवार के अन्य सदस्यों, गुरुजनों, मित्रों, सहयोगियों, विद्यार्थियों एवं अन्य शुभ चिन्तकों की कृपा, आशीर्वाद, प्रेरणा एवं सद्भावना निरन्तर मुझे स्फूर्ति प्रदान करती रही । मैं सभी पूज्य एवं प्रियजनों के प्रति हार्दिक सम्मान एवं कृतज्ञता ज्ञापित करता हूँ ।

अन्त में प्रेम, करुणा, त्याग, दया और वात्सल्य की प्रतिमूर्ति स्नेहमयी ताई एवं कर्मयोगी ताऊ जिनके आशीर्वाद के बिना यह शोध-यज्ञ पूर्ण नहीं हो सकता था, को मैं अपनी यह धरोहर हृदय से समर्पित करता हूँ ।

कैलाशपुरी, सलोरी,
इलाहाबाद ।

(ज्ञान प्रकाश वर्मा)

अनुक्रम

अध्याय—1	विषय प्रवेश	पृष्ठ 1—37
	1 1 अन्तर्राष्ट्रीय विपणन	
	वाणिज्य	
	वाणिज्य का वर्गीकरण	
	आन्तरिक व्यापार	
	अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार	
	व्यापार की सहायक क्रियाएँ	
	विपणन प्रबन्ध विचारधारा का जन्म	
	विपणन प्रबन्ध के उद्देश्य एवं सिद्धान्त	
	विक्रय प्रबन्ध एवं विपणन प्रबन्ध में अन्तर	
	विपणन में प्रबन्धकीय कार्य	
	1.2 क्षेत्रीय व्यापार सहयोग	
	1.3 प्रस्तुत अध्ययन के उद्देश्य	
	1.4 अध्ययन विधि	
	1.5 प्रस्तुत अध्ययन की योजना	
अध्याय—2	विश्व के क्षेत्रीय आर्थिक संगठन	38—57
	2.1 क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग की पृष्ठभूमि	
	2.2 क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग का आशय	
	2 3 क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग का वर्गीकरण	
	2 4 क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग के संगठन	
	यूरोपीय आर्थिक सहयोग संगठन	
	अमेरिकी आर्थिक सहयोग संगठन	
	अफ्रीक्री आर्थिक सहयोग संगठन	
	एशियाई आर्थिक सहयोग संगठन	
	2 5 क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग के उपागम	
अध्याय—3	दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग संगठन (सार्क)	58—84
	3.1 दक्षिण एशिया एक प्रदेश के रूप में	
	3.2 दक्षिण एशियाई देशों में सहयोग के कारक तत्व	
	3.3 सार्क संगठन का विकास	
	3 4 सार्क के उद्देश्य, सिद्धान्त एवं सामान्य धाराएँ	

	3 5	सार्क सगठन का व्यावहारिक रूप	
	3 6	सार्क कोष	
	3 7	व्यापार एवं विपणन सहयोग	
अध्याय—4		सार्क के सदस्य देश	85—108
	4 1	भारत	
	4 2	पाकिस्तान	
	4 3	बांग्लादेश	
	4 4	नेपाल	
	4 5	श्रीलंका	
	4 6	भूटान	
	4 7	मालदीव	
अध्याय—5		विपणन व्यवस्था एवं विदेश व्यापार	109—135
	5 1	विपणन व्यवस्था	
	5 2	निर्यात विपणन	
	5 3	निर्यात विपणन प्रबन्ध	
	5.4	विपणन मिश्रण	
	5 5	निर्यात विपणन का क्षेत्र	
	5.6	विदेश व्यापार	
	5 7	भारत का विदेश व्यापार	
अध्याय—6		भारत का विदेशी व्यापार एवं अन्य सार्क देश	136—170
	6.1	द्विपक्षीय एवं बहुपक्षीय व्यापारिक समझौते	
	6 2	विश्व में क्षेत्रीय व्यापार गुटों का योगदान	
	6.4	भारत बनाम अन्य सार्क देश	
		भारत नेपाल व्यापार	
		भारत बांग्लादेश व्यापार	
		भारत श्रीलंका व्यापार	
		भारत पाकिस्तान व्यापार	
		भारत मालदीव व्यापार	
		भारत भूटान व्यापार	
अध्याय—7		भारतीय विपणन एवं व्यापार नीतियाँ	171—200
	7.1	निर्यात विपणन नीति	
	7.2	निर्यात विपणन एवं भारतीय फर्म	
	7.3	भुगतान शेष की समस्या	
	7.4	भारत की व्यापार नीति	

अध्याय—8	उपलब्धियों एवं सम्भावनाएँ	201—234
	8 1 सार्क का मूल्यांकन	
	8 2 बहुपक्षीय व्यापार प्रवृत्तियों	
	8 3 द्विपक्षीय व्यापार प्रवृत्तियों	
	8 4 सार्क देशों का विकास परिदृश्य	
	8 5 भारत के विदेशी व्यापार की सम्भावनाएँ	
अध्याय—9	उपसंहार	235—241
	* पूर्व साहित्य	242—255
	* परिशिष्टियाँ	256—260

*

अध्ययन में प्रयुक्त संकेताक्षर

A D B	Asian Development Bank	एशियाई विकास बैंक	ए डी बी
A P E C	Asia Pacific Economic Co-operation	एशिया प्रशान्त आर्थिक क्षेत्र	एपेक
A S E M	Asia Europe Metting	एशिया यूरोप मितिग	एसेम
A S E A N	Association of South East Asian Countries	दक्षिण-पूर्व एशियाई देशों का संगठन	एसियान
A G C C	Arabian Gulf Co-operation Council	अरबियन गल्फ सहयोग सम्मेलन	ए जी सी सी
B L S T E C	Bangladesh, India, Srilanka, Thailand, Economic Cooperation	बॉंगलादेश भारत श्रीलंका थाईलैण्ड इकोनामिक कोऑपरेशन	बिस्टेक
C E C	Commitee on Economic Co-operation	आर्थिक सहयोग समिति	सी ई सी
C E A	Chinese Economic Area.	चीनी आर्थिक क्षेत्र	सी ई ए
C A C M	Central American Common Market	केन्द्रीय अमेरिकी साझा बाजार	सी ए सी एम
C E A O	Community Economique de 'T Amerique De 'T Quest.	आर्थिक समुदाय का अमेरिकी संगठन अमेरिकी संगठन	सी ई ए ओ
C A R I C O M	Caribbean Community and Common Market.	कैरीबियन समुदाय एव साझा बाजार	कैरीकाम
C E P G L	Communaute Economique des pay des Grands Lacs		सेपजल
D B E S	Development of Basic Economic Structure.	बुनियादी आर्थिक ढाँचे का विकास	डी बी ई एस
D G F T	Directorate General of Foreign Trade	विदेशी व्यापार महानिदेशालय	डी जी एफ टी
E C M	European Common Market	यूरोप साझा बाजार	ई सी एम
E E C	European Economic Community.	यूरोपीय आर्थिक समुदाय	ई ई सी
E F T A	European Free Trade Association	यूरोपीय मुक्त व्यापार सघ	एफटा
E U	Eutopean Union.	यूरोपीय सघ	ई यू
E S C A P	Economic and Social Commission for Asia and the Pacific.	आर्थिक एव सामाजिक आयोग, एशिया एव प्रशान्त क्षेत्र	इस्कैप
E C O W A S	Economic Community of the West African States.	पश्चिमी अफ्रीकी देशों का आर्थिक समुदाय	इकोवास
E C C A S	Economic Community of the central African States.	केन्द्रीय अफ्रीकी देशों का आर्थिक समुदाय	एक्कास
E E A	European Economic Area	यूरोपीय आर्थिक क्षेत्र	ई ई ए
F D I	Foreign Direct Investment	विदेशी प्रत्यक्ष निवेश	एफ डी आई
G D P	Gross Domestic Product	सकल घरेलू उत्पाद	जी डी पी
G N P	Gross National Product.	सकल राष्ट्रीय उत्पाद	जी एन पी
G A T T	General Agreement on Tariffs and Trade	व्यापार संघी सामान्य समझौता	गैट

G.A.T.T	General Agreement on Tariffs and Trade	व्यापार सबंधी सामान्य समझौता	गैट
H.R.D	Human Resource Development	मानव ससाधन विकास	एच आर डी
I.M.F	International Monetary Fund.	अंतर्राष्ट्रीय मुद्रा कोष	आई एम एफ
I.P.A	Integrated Programme of Action	कार्य के एकीकृत कार्यक्रम	आई पी ए
I.D.A.	International Development Association	अंतर्राष्ट्रीय विकास समुदाय	आई डी ए
I.B.R.D	International Bank for Reconstruction and Development (World Bank)	पुनर्निर्माण एवं विकास के लिए अन्तर्राष्ट्रीय बैंक (विश्व बैंक)	आई बी आर डी
I.G.G	Inter Government Group	अन्तर सरकारी समूह	आई जी जी
I.T.S	Integrated Transit System.	समन्वित लेन-देन प्रणाली	आई टी एस
I.O.R.A.R.C	Indian Ocean Rim Association for Regional Co-operation	हिन्द महासागर तट क्षेत्रीय सहयोग सघ	हिमत्सेस
I.T.C.	Index of Trading Commodities	व्यापारिक वस्तुओं का सूचकांक	आई टी सी
L.A.F.T.A.	Latin American Free Trade Association	लैटिन अमेरिकी मुक्त व्यापार सघ	लेफ्टा
L.A.I.A.	Latin American Integrated Association	लैटिन अमेरिकी एकीकरण सघ	लैया
L.A.E.O.	Latin American Economican Organisation	लैटिन अमेरिकी आर्थिक सघ	लियो
N.A.F.T.A	North American Free Trade Agreement	उत्तरी अमेरिकी मुक्त व्यापार समझौता	नाफ्टा
N.I.E.O	New International Economic Order	नई अंतर्राष्ट्रीय आर्थिक व्यवस्था	नियो
O.E.C.D	Organisation for Eurfean Economic Co-operation and Development	यूरोपीय आर्थिक सहयोग एवं विकास संगठन	ओ ई सी डी
O.P.E.C.	Organisation of Petroleum Exporting Countries.	पेट्रोलियम निर्यातक देशों का सघ	ओपेक
S.A.A.R.C	South Asian Association for Regional Co-operation.	दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग संगठन	सार्क (दक्षेस)
S.D.R.	Special Drawing Rights	विशेष आहरण अधिकार	एस.डी.आर
S.A.P.T.A.	South Asian Preferential Trading Agreement	दक्षिण एशियाई वरियता (अधिमानी) व्यापार समझौता	साप्टा
S.A.F.T.A.	South Asian Free Trade Area.	दक्षिण एशियाई स्वतंत्र व्यापार क्षेत्र	साफ्टा
S.A.C.U.	South African Custom Union	दक्षिण अफ्रीकी कस्टम सघ	साकु
S.A.D.F.	South Asian Development Fund	दक्षिण एशियाई विकास कोष	एस ए डी एफ
S.F.R.P.	SAARC Fund for Regional Projects	क्षेत्रीय प्रोजेक्ट के लिए सार्क कोष	एस एफ आर पी
S.R.F.	SAARC Regional Fund	सार्क क्षेत्रीय कोष	एस आर एफ
S.A.I.C.	SAARC Agricultural Information Centre	सार्क कृषि सूचना केन्द्र	सैक
S.C.C.I.	SAARC Chamber of Commerce and Industry	सार्क वाणिज्य एवं उद्योग मण्डल	एस सी सी आई
U.N.O.	United Nations Organisation	संयुक्त राष्ट्र संगठन	यू एन ओ (संयुक्तराष्ट्र)
U.N.D.P.	United Nations Development Programme	संयुक्त राष्ट्र विकास कार्यक्रम	यू एन डी पी
U.N.C.T.A.D.	United Nations Conference on Trade and Development	संयुक्त राष्ट्र तथा विकास सम्मेलन	अकटाड
W.T.O.	World Trade Organisation.	विश्व व्यापार संगठन	डब्लू टी ओ

अध्याय-1

विषय-प्रवेश

भूमंडलीकरण^{*1} के वर्तमान युग में दक्षिण एशिया को एक प्रदेश के रूप में देख सकते हैं। एशियन डेवलपमेंट आउटलुक-2000 के अनुसार दक्षिण एशियाई क्षेत्र के अन्तर्गत आनेवाले देशों के नाम हैं-भारत, पाकिस्तान, बॉंगलादेश, श्री लंका, नेपाल, भूटान एवं मालदीव। ये देश दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग संगठन अथवा सार्क^{*2} के भी सदस्य देश हैं। इनमें जनसंख्या, भू-क्षेत्रफल, सकल घरेलू उत्पाद एवं राजनीति की दृष्टि से भारत का वर्चस्व है।

भारत में 1991 से नयी आर्थिक नीति^{*3} लागू की गई है जिसमें वाह्य उन्मुखी व्यापार एवं विपणन नीतियों^{*4} को प्रोत्साहन मिला है। इन नीतियों पर क्षेत्रीय व्यापार सहयोग एवं विपणन-व्यवस्था का स्पष्ट प्रभाव है। परिणाम स्वरूप विश्व अर्थ व्यवस्था में अनेक क्षेत्रीय-व्यापारिक गुट^{*5} उभरकर सामने आये हैं। सार्क इसका ज्वलंत उदाहरण है।

अन्तर्राष्ट्रीय विपणन^{*6} के महत्वपूर्ण पहलू विदेशी-व्यापार नीति एवं विपणन व्यवस्था^{*7} के विविध आयाम भारत एवं सार्क के अन्य सदस्य देशों के बीच क्या रहें हैं, इन्हीं का एक समीक्षात्मक अध्ययन प्रस्तुत करना इस शोध प्रबन्ध का प्रमुख उद्देश्य है। प्रस्तुत अध्याय-1 का अनुभाग-1.1 "अन्तर्राष्ट्रीय विपणन" पर प्रकाश डालता है जिसके अंतर्गत वाणिज्य, व्यापार एवं 'विपणन-व्यवस्था' के महत्वपूर्ण पहलुओं पर प्रकाश डाला गया है। अनुभाग 1.2 'क्षेत्रीय व्यापार सहयोग' पर है। जिसमें व्यापार के क्षेत्रीय संगठनों के औचित्य पर प्रकाश डाला गया है। अनुभाग 1.3 प्रस्तुत अध्ययन के उद्देश्यों एवं परिकल्पनाओं को स्पष्ट करता है। अनुभाग 1.4 इस शोध प्रबन्ध की अध्ययन-विधि पर प्रकाश डालता है। अंतिम अनुभाग 1.5 में प्रस्तुत अध्याय की योजना (रूपरेखा) को अंकित किया गया है।

*1. Globalisation

*2. South Asian Association For Regional Cooperation-SAARC

*3. New Economic Policy

*4. Outward Oriented Trade And Marketing Policies

*5. Regional Trading Blocs

*6. International Marketing

*7. Foreign Trade Policy and Marketing Management

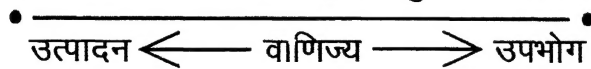
1.1 अन्तर्राष्ट्रीय विपणन

अन्तर्राष्ट्रीय विपणन*¹ “वाणिज्य” एवं “प्रबन्ध” की एक आधुनिक विधा*² है। यह व्यवसायिक संगठन की एक महत्वपूर्ण-शाखा है। इसे आधुनिक-व्यवसाय-संवृद्धि में एक प्रमुख कारक-तत्त्व समझा जाता है। वर्तमान युग में “विश्व-व्यापार के माध्यम से विश्व शांति”*³ की धारणा अन्तर्राष्ट्रीय विपणन का ज्वलंत प्रमाण है।

अन्तर्राष्ट्रीय विपणन को भूमंडलीकरण की आंगिक संरचना*⁴ के रूप में समझा जा सकता है। आज विश्व के प्रायः सभी देश चाहे वे विकसित देश हो अथवा अल्पविकसित एवं विकासशील देश, भूमंडलीकरण*⁵ के रूप में अन्तर्राष्ट्रीय विपणन-प्रक्रिया*⁶ से अछूते नहीं रह गए हैं। इस रूप में अन्तर्राष्ट्रीय-विपणन-प्रक्रिया के बिना भूमंडलीकरण अधूरा एवं व्यर्थ है।

वाणिज्य

वाणिज्य का अर्थ—उत्पादक और उपभोक्ता आर्थिक क्षेत्र के दो छोर पर खड़े हैं। इन दोनों के बीच आने वाली कठिनाइयों, जैसे—दूरी, जोखिम, समय, वित्त, सूचना आदि—को दूर कर वाणिज्य इन दोनों को एक-दूसरे से जोड़ता है। विस्तृत अर्थ में वाणिज्य के अन्तर्गत उन समस्त क्रियाओं को सम्मिलित किया जाता है, जिनके द्वारा वस्तुओं एवं सेवाओं को उपभोक्ताओं तक कम से कम परेशानी द्वारा पहुँचाया जाता है



वाणिज्य का प्रयोजन ‘निर्मित वस्तुओं को निर्माता से लेकर उपभोक्ता तक पहुँचाना’ है। इस प्रकार वाणिज्य का कार्य मूलतः वितरण है। वाणिज्य यह कार्य (i) व्यापार*⁷ तथा (ii) व्यापार में सहायक सेवाओं जैसे—परिवहन, बीमा, बैंक और साख्य संस्थाएँ, सन्देशवाहन के साधन, व्यापारिक अभिकर्ता, भण्डार-गृह, विज्ञापन व प्रचार आदि—की सहायता से करता है।

*1. International Marketing

*3. World Peace through World Trade

*5. Globalisation

*7. Trade

*2. Modern Discipline

*4. Organic Composition of the Globalisation

*6. International Marketing Process

वाणिज्य की परिभाषा—वाणिज्य की प्रक्रियाओं के आधार पर कुछ विद्वानों ने वाणिज्य शब्द को निम्न प्रकार परिभाषित किया है

(1) **ईवलिन थामस के अनुसार**—“वाणिज्यिक पेशों का सम्बन्ध वस्तुओं के क्रय एवं विक्रय, वस्तुओं के विनिमय तथा निर्मित उत्पादों के वितरण से होता है।”¹

(2) **जेम्स स्टीफेन्सन के अनुसार**—“वाणिज्य के अन्तर्गत वे सब क्रियाएँ आती हैं जो कि उत्पादकों एवं उपभोक्ताओं के बीच की दीवारों को तोड़ने में सहायता देती हैं। यह सब उन प्रविधियों का कुल योग है जो कि वस्तुओं के विनिमय (बैंकिंग) में व्यक्तियों (व्यापार), स्थान (परिवहन एवं बीमा) तथा समय (भण्डार गृहों) की बाधाओं को दूर करने में सलग्न होती हैं।”²

उपर्युक्त परिभाषाओं से स्पष्ट है कि वाणिज्य के अन्तर्गत उत्पादन की वास्तविक प्रक्रियाओं को छोड़कर शेष वे सब क्रियाएँ शामिल होती हैं जो कि वस्तुओं एवं सेवाओं के उत्पादन को निर्धारित करती हैं जो कि उपभोक्ताओं तथा व्यवसायियों के बीच द्विमार्गी संचार^{*1} का परिणाम हैं। इस प्रकार वाणिज्य के अन्तर्गत वे सब मानवीय क्रियाएँ सम्मिलित होती हैं जो कि माल को उत्पादक से उपभोक्ता तक पहुँचाने के लिए की जाती हैं।

वाणिज्य का वर्गीकरण—वाणिज्य को मोटे रूप से दो प्रकार की क्रियाओं में विभाजित किया जा सकता है—(I) व्यापार और (II) व्यापार की सहायक क्रियाएँ।

(I) व्यापार

व्यापार का अर्थ—व्यापार का आशय वस्तु के क्रय-विक्रय से लगाया जाता है। वस्तु का क्रय-विक्रय लाभार्जन के उद्देश्य से किया जाता है। दूसरे शब्दों में, व्यापार का अर्थ क्रेता एवं विक्रेता दोनों के पारस्परिक लाभ हेतु वस्तुओं एवं सेवाओं के विनिमय से है। जो व्यक्ति इन क्रियाओं को करते हैं उन्हें व्यापारी^{*2} और उनकी क्रियाओं को व्यापार कहते हैं।

व्यापार के प्रकार—व्यापार मुख्यतः दो प्रकार का होता है -

(1) आन्तरिक या देशी व्यापार^{*3}

(2) अन्तर्राष्ट्रीय या विदेशी व्यापार^{*4}

*1. Two-way Communication

*2. Trader

*3. Internal, or Home Trade

*4. International or Foreign Trade

1. आन्तरिक या देशी व्यापार

जब वस्तुओं का क्रय एवं विक्रय किसी देश की सीमाओं के अन्तर्गत होता है तो उसे देशी या आन्तरिक व्यापार कहते हैं। दूसरे शब्दों में, इस प्रकार के व्यापार का क्षेत्र देश की आन्तरिक सीमाओं तक ही सीमित रहता है।

क्षेत्रीयता के आधार पर देशी व्यापार निम्न तीन प्रकार का हो सकता है

(i) स्थानीय व्यापार*¹—यह ऐसा व्यापार है जो किसी स्थान, जैसे—ग्राम, ताल्लुका, कस्बा या जिला तक ही सीमित रहता है। इस प्रकार के व्यापार में प्रायः उत्पादक और उपभोक्ता भी स्थानीय होते हैं, और वस्तुएँ भी प्रायः दैनिक उपभोग की और नाशवान प्रकृति की होती हैं, जैसे—दूध, डबलरोटी, साग—सब्जियाँ, ताजे फल व मिठाइयाँ, आदि।

(ii) राज्यीय या प्रान्तीय व्यापार*²—यह व्यापार किसी राज्य या प्रान्त की सीमाओं तक ही सीमित रहता है, जैसे—उत्तर प्रदेश प्रान्त के इलाहाबाद, कानपुर, आगरा, वाराणसी, लखनऊ, आदि जिलों के बीच होने वाला व्यापार। इस व्यापार को अन्तर—जिला व्यापार भी कहते हैं। वस्तुएँ प्रायः अर्द्ध—स्थायी प्रकृति और सीमित माँग वाली होती हैं, जैसे—अनाज, बर्तन, हस्तकला की वस्तुएँ, आदि।

(iii) अन्तरराज्यीय व्यापार*³—इसका आशय देश की सीमाओं के अन्तर्गत विभिन्न राज्यों या प्रान्तों के बीच व्यापार से होता है। सौदेवाली वस्तुएँ सार्वजनिक उपयोग की होती हैं या जिनका निर्माण कुछ विशेष स्थानों पर बड़े पैमाने पर किया जाता है ये वस्तुएँ अपेक्षाकृत मूल्यवान भी होती हैं जिससे उनके स्थानान्तरण या परिवहन की लागत उनके लेन—देन या क्रय—विक्रय में बाधक नहीं होती है।

व्यापार की मात्रा के अनुसार देशी व्यापार थोक या फुटकर हो सकता है। थोक व्यापार से आशय ऐसे व्यापार से है जिसके अन्तर्गत थोक व्यापारी बड़ी मात्रा में निर्माताओं से या उनके अधिकृत एजेंटों से माल खरीदकर थोड़ी मात्रा में फुटकर व्यापारियों को बेचता है। फुटकर व्यापारी थोक व्यापारी से माल लेकर उपभोक्ताओं को थोड़ी—थोड़ी मात्रा में बेचता है।

*1. Local Trade

*2. State Trade or Intra-State Trade

*3. Inter-State Trade

2. अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार

दो अथवा दो से अधिक देशों के मध्य होने वाले व्यापार को विदेशी व्यापार अथवा विदेश-व्यापार अथवा अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार कहते हैं, जैसे बांग्लादेश और भारत के बीच, व्यापार भारत और इंग्लैण्ड के बीच, व्यापार भारत और अमरीका के बीच व्यापार आदि। जब क्रेता एवं विक्रेता पृथक्-पृथक् देशों में रहते हैं तो उनके मध्य होने वाले क्रय-विक्रय को विदेशी व्यापार कहा जायेगा। विदेशी व्यापार में एक देश की वस्तुएँ उस देश की सीमा को पार कर दूसरे देश की सीमा में प्रवेश करती हैं।

विदेशी व्यापार के प्रकार

विदेशी व्यापार को हम तीन भागों में विभाजित कर सकते हैं

(1) **आयात व्यापार**—जब एक देश का क्रेता दूसरे देश के विक्रेता से माल क्रय करके अपने देश की सीमाओं में लाता है तो उसे देश का आयात व्यापार*¹ कहते हैं। उदाहरण के लिए, भारत ईरान से पेट्रोलियम पदार्थ मँगाता है तो यह इसका आयात व्यापार कहा जायेगा।

(2) **निर्यात व्यापार**—जब एक देश में बना माल विदेशों में जाता है तो उसे निर्यात व्यापार*² कहते हैं। उदाहरणार्थ, भारत से चाय, जूट, सूती वस्त्र, आदि वस्तुओं का इंग्लैण्ड तथा अन्य देशों को निर्यात किया जाता है।

(3) **पुनर्निर्यात व्यापार**—जब माल एक देश में दूसरे देश से आयात, इस उद्देश्य से किया जाय कि उसे उसी अवस्था में अथवा अधिक उपयोगी बनाकर विदेशों में बेच दिया जायेगा, तो इस प्रकार के व्यापार को निर्यात हेतु आयात या पुनर्निर्यात व्यापार*³ कहते हैं। इस प्रकार के व्यापार में एक देश दो देशों के बीच मध्यस्थ का कार्य करता है। ऐसे व्यापार में माल बन्दरगाह पर उतारकर अथवा बिना उतारे ही दूसरे देशों को निर्यात कर दिया जाता

*1 Import Trade

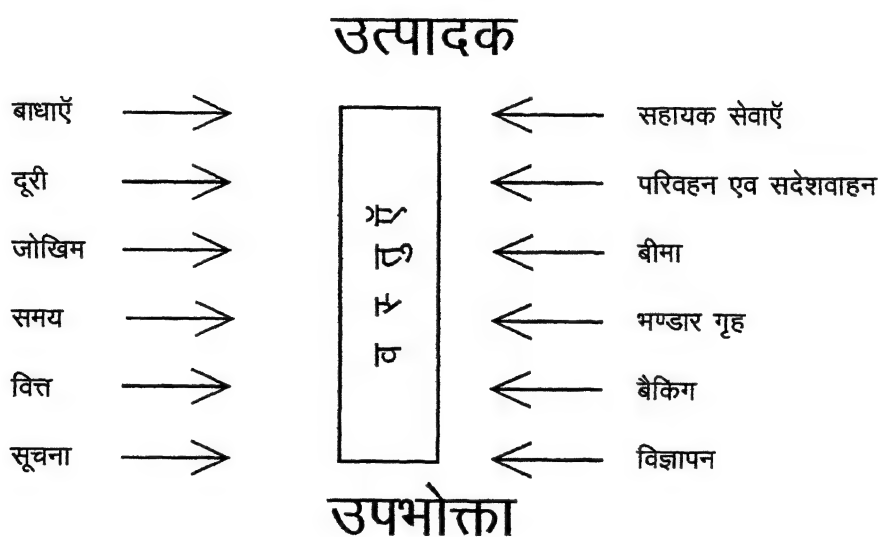
*2 Export Trade

*3. Export for Import or Re-export Trade

है। इंगलैण्ड बहुत-सा माल दक्षिणी अफ्रीका से अन्य यूरोपीय-देशों को निर्यात करने के लिए आयात करता है।

(II) व्यापार की सहायक क्रियाएँ*¹

व्यापार के सफल संचालन और सम्बर्द्धन में अनेक सहायक क्रियाओं अथवा सेवाओं की आवश्यकता होती है जोकि उन बाधाओं को दूर करने में सहायक होती हैं जो व्यापार में आती रहती हैं। व्यापार में आने वाली प्रमुख बाधाओं और उनके निवारण में सहायक सेवाओं की विवेचना नीचे की गयी है



(1) स्थान की बाधा—वस्तुओं का उत्पादन प्रायः कुछ विशिष्ट स्थानों या केन्द्रों में ही होता है, जबकि उनके उपभोक्ता अनेक स्थानों में फैले होते हैं। दूसरे शब्दों में, उत्पादक और उपभोक्ता भौगोलिक रूप से दूर-दूर होते हैं। इस बाधा को परिवहन*² एवं सन्देशवाहन*³ द्वारा दूर किया जा सकता है। परिवहन, वस्तुओं को उन स्थानों से, जहाँ वे उपलब्ध हैं, उन स्थानों को, जहाँ उनकी आवश्यकता है, तक पहुँचाने का कार्य करता है। सन्देशवाहन, व्यावसायिक सौदों के तय करने एवं वस्तुओं एवं सेवाओं के स्थानान्तरण में सहायता करता है। इस प्रकार 'स्थान उपयोगिता' का सृजन होता है। वस्तुतः आधुनिक कुशल परिवहन एवं सन्देशवाहन के साधनों के द्वारा ही देशी और अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार सम्भव हो पाता है।

*1. Aids to trade

*2. Transport

*3. Communication

(2) **व्यक्तियों की बाधा**—वस्तुओं के उत्पादक सीमित होते हैं किन्तु उनके उपभोक्ता असंख्य होते हैं। उत्पादक प्रत्येक उपभोक्ता से प्रत्यक्ष रूप से व्यापार नहीं कर सकते हैं। उत्पादकों और उपभोक्ताओं के बीच सम्पर्क स्थापित कराने में मध्यस्थों (जो कि अपने देशों के अनुसार विभिन्न नामों से पुकारे जाते हैं, जैसे—थोक व्यापारी, फुटकर व्यापारी, दलाल, एजेंट, आदि) का व्यवसाय में महत्वपूर्ण स्थान है।

(3) **समय की बाधा**—यह सर्वविदित है कि कुछ वस्तुओं का उत्पादन वर्ष के किसी एक मौसम में ही किया जाता है, जैसे चीनी का उत्पादन नवम्बर से मार्च तक होता है। परन्तु चीनी की माँग वर्ष पर्यन्त रहती है। बड़े पैमाने पर उत्पादन प्रायः भावी सम्भावित माँग के अनुसार किया जाता है। ऐसी अवस्था में उत्पादित माल को इनकी माँग आने तक सभालकर रखना जरूरी होता है। इसके लिए व्यापारियों को गोदाम या भण्डारगृहों^{*1} की आवश्यकता होती है। भण्डार व गोदाम समय की बाधा को दूर करके 'समय उपयोगिता'^{*2} का सृजन करते हैं।

(4) **वित्त की बाधा**—कच्चे माल के क्रय से लेकर निर्मित माल के बेचने के समय तक व्यापारी को वित्त की आवश्यकता पड़ती है। निर्मित माल का विक्रय आशिक रूप से उधार पर भी करना पड़ता है। पर्याप्त वित्त के अभाव में व्यापार का विस्तार सम्भव नहीं होता। व्यापारी को अपने साधनों के अतिरिक्त प्रायः अनेक बाह्य साधनों का भी सहारा लेना होता है। इस बाधा को दूर करने में बैंक व वित्तीय संस्थाएँ काफी सहायक होती हैं। वस्तुतः आधुनिक व्यापार के विकास और विस्तार में बैंकों का अत्यन्त महत्वपूर्ण योगदान है।

(5) **जोखिम की बाधा**—व्यापार चाहे छोटे स्तर का हो या दीर्घ स्तर का उसमें वस्तुओं के स्थानान्तरण, संग्रहण आदि के दौरान अनेक व्यापारिक जोखिमों का सामना करना पड़ता है। माल की चोरी, माल की क्षति, आग तथा अन्य प्राकृतिक व दैविक प्रकोपों द्वारा क्षति आदि व्यापारिक जोखिमों के कुछ उदाहरण हैं। इन बाधाओं को दूर करने तथा सम्भावित जोखिमों की क्षतिपूर्ति करने में बीमा कंपनियों का महत्वपूर्ण योगदान रहता है। आधुनिक समय में अनेक प्रकार की बीमा सुविधाएँ प्राप्त हैं।

*1 Ware-houses

*2. Time-utility

विपणन—व्यवस्था'³

विपणन—व्यवस्था^{*1} अथवा विपणन—प्रबन्ध आधुनिक वाणिज्यिक एव आर्थिक गतिविधियों का केन्द्र बिन्दु हैं। यह वाणिज्य एव व्यवसाय प्रशासन की एक महत्वपूर्ण शाखा हैं।

यहाँ 'व्यवस्था' अथवा प्रबन्ध (मैनेजमेन्ट) से आशय ऐसे संगठन (आर्गनाइजेशन) से है जिसमें अपने उद्देश्यों की प्राप्ति के लिए लोग सम्मिलित भाव से, समन्वित एव नियोजित प्रयास करते हैं।

विपणन—व्यवस्था का अर्थ

विपणन—व्यवस्था अथवा विपणन—प्रबन्ध सामान्य व्यावसायिक—प्रबन्ध^{*2} की वह शाखा है जिसमें विपणन क्षमताओं, साधनों, योग्यताओं तथा बाजार अवसरों के बीच फलदायक समायोजन एव सतुलन स्थापित किया जाता है। इसमें उपभोक्ताओं की आवश्यकता और उसकी सतुष्टि पर अधिक जोर दिया जाता है तथा उत्पादन से लेकर उपभोग तक की क्रियाओं को समन्वित किया जाता है। इस प्रकार, विपणन—प्रबन्ध अथवा विपणन—व्यवस्था विपणन—विचार का क्रियात्मक रूप है।⁴

विपणन प्रबन्ध की परिभाषा विभिन्न विद्वानों ने विभिन्न शब्दों में दी है। कुछ प्रमुख परिभाषाएँ निम्न हैं—

(1) प्रो. जोन्सन के अनुसार, "विपणन प्रबन्ध व्यावसायिक क्रिया का वह क्षेत्र है जिसमें सम्पूर्ण विक्रय आन्दोलन के चरणों या कदमों से सम्बद्ध योजनाओं की स्थापना तथा क्रियान्वयन सम्मिलित होता है।"⁵ इस परिभाषा को और अधिक—स्पष्ट करने के लिए वे कहते हैं कि "वस्तुओं, बाजारों, वितरण के तरीकों, विक्रय विभाग के संगठन की किस्म, विक्रय प्रबन्ध के कार्य, विज्ञापन आन्दोलन, विक्रय संवर्द्धन कार्य व विक्रय नियन्त्रणों की विधियों, आदि का विश्लेषण, नियोजन एवं सम्पादन विपणन प्रबन्ध के क्षेत्र में आता है।"⁶

(2) फेलप्स एवं बेसिंग के मत में "प्रबन्धकीय दृष्टि से विपणन तक पहुँचना विपणन प्रबन्ध कहलाता है।" (यह परिभाषा एक दृष्टि को ध्यान में रखकर दी गयी है और वह दृष्टि प्रबन्धन है।)

*1. Marketing Management

*2. Business-Management

(3) फिलिप कोटलर के अनुसार, “विपणन प्रबन्ध कार्यक्रमों का विश्लेषण, नियोजन, क्रियान्वयन एवं नियन्त्रण है। यह कार्यक्रम इस प्रकार बनाये जाते हैं कि लक्षित श्रोतागणों में व्यक्तिगत या पारस्परिक लाभ के उद्देश्य से इच्छित परिवर्तन लाये जा सकें। यह प्रभावी उत्तर प्राप्त करने के लिए मूल्य, सर्वर्द्धन, स्थान, व्यवस्था एवं समन्वय पर गहरा विश्वास करता है।”⁸ (यह परिभाषा यह व्यक्त करती है कि (i) यह प्रबन्धकीय प्रक्रिया है और इसलिए इसमें विश्लेषण, नियोजन, क्रियान्वयन एवं नियन्त्रण शामिल किया जाता है। (ii) इसका उद्देश्य इच्छित विनिमय लाना है। (iii) यह क्रिया पारस्परिक लाभ प्राप्त करने के लिए की जाती है। (iv) यह वस्तु^{*1} मूल्य,^{*2} सर्वर्द्धन^{*3} एवं स्थान^{*4} के समन्वय एवं सहयोग पर विशेष बल देती है।

(4) कण्डिफ एवं स्टिल की राय में, “विपणन प्रबन्ध विपणन लक्ष्यों की प्राप्ति हेतु उद्देश्यपूर्ण क्रियाओं के संचालन से सम्बन्धित है।” (इनके अनुसार विपणन प्रबन्ध में उन क्रियाओं के संचालन के लिए कार्य किया जाता है जो लक्ष्यों की प्राप्ति के लिए की जाती हैं। ये क्रियाएँ पूर्ण निर्धारित उद्देश्यों के लिए हुये होती हैं। यह उद्देश्य विक्रय परिमाण, शुद्ध लाभ व विक्रय परिमाण एवं लाभों में वृद्धि लाते हैं।)

(5) प्रो. लाजो और कार्रबिन ने उपभोक्ता की विचारधारा को ध्यान में रखते हुए विपणन प्रबन्ध की परिभाषा इस प्रकार की है—उनकी दृष्टि में “सभी विपणन कार्यों को क्रेता की ओर दिशा देना और फिर सभी प्रबन्धकीय निर्णय ग्राहकों की आवश्यकताओं को ध्यान में रखते हुए करना और उन आवश्यकताओं की सन्तुष्टि के उद्देश्य से न्यूनतम व्यय पर अधिकतम बिक्री करना और लाभ प्राप्त करना विपणन प्रबन्ध कहलाता है।” (इसमें इस बात पर बल दिया गया है कि सभी प्रबन्धकीय निर्णयों का आधार ग्राहक होता है। उसकी आवश्यकताओं का पूरा-पूरा ध्यान रखा जाता है तथा उन आवश्यकताओं को सन्तुष्ट कर न्यूनतम व्यय पर अधिकतम बिक्री कर लाभ कमाया जाता है।)

(6) डॉ. डावर के अनुसार, “विपणन प्रबन्ध उपभोक्ता आवश्यकताओं को मालूम करने, उनको वस्तुओं व सेवाओं में बदलने और उसके उपरान्त वस्तु या सेवा को अन्तिम उपभोक्ता अथवा प्रयोगकर्ता तक पहुँचाने की प्रक्रिया है जो विशिष्ट ग्राहक वर्ग या वर्गों की आवश्यकताओं एवं

इच्छाओं की सन्तुष्टि, सगठन के पास उपलब्ध साधनों के सर्वोत्तम प्रयोग एवं सगठन को लाभार्जन योग्यता पर बल देती है।¹¹ [इस परिभाषा में उपभोक्ता की आवश्यकताओं के पता लगाने व इसके अनुरूप वस्तु या सेवा देने की बात कही गयी है जिससे कि उपभोक्ताओं को सन्तुष्टि मिल सके तथा सगठन अपने साधनों का सर्वोत्तम उपयोग करते हुए लाभ कमा सके।]

इन सभी परिभाषाओं के अध्ययन के बाद हम इस निष्कर्ष पर आते हैं कि वर्तमान युग में विपणन प्रबन्ध के अन्तर्गत ग्राहकों की आवश्यकता का पता लगाया जाता है और फिर उत्पादन सम्बन्धी क्रियाएँ भी उन्हीं आवश्यकताओं के अनुरूप समायोजित की जाती हैं। इसके बाद विपणन का कार्य किया जाता है। इसके लिए विपणन कार्यक्रम बनाये जाते हैं जिनमें वस्तु, मूल्य, विज्ञापन, विक्रय संवर्द्धन,^{*1} वितरण,^{*2} आदि के सम्बन्ध में निर्णय लिये जाते हैं। इन निर्णयों का लेना व उनके अनुरूप कार्य करना विपणन प्रबन्ध कहलाता है।

विपणन प्रबन्ध विचारधारा का जन्म¹²

‘विपणन प्रबन्ध’ विचारधारा का जन्म अमरीका में हुआ है। 19वीं शताब्दी के अन्त तक अमरीका में उत्पादक बाजार था। निर्माता का काम वस्तुओं का निर्माण करना और थोक व फुटकर व्यापारियों का काम उनको बेचना था। लेकिन 1910 के बाद उत्पादन वृहत् मात्रा में होने लगा और इस बात की आवश्यकता प्रतीत होने लगी कि उपभोक्ताओं में मांग उत्पन्न की जाय और इस प्रकार विपणन की विचारधारा में परिवर्तन आने लगा और निर्माता के द्वारा वस्तु-परिचय की ओर ध्यान दिया जाने लगा। वे विज्ञापन व विक्रय संवर्द्धन की सहायता से उपभोक्ताओं को क्रय करने के लिए राजी करने लगे जिससे कि वे परिचय प्राप्त वस्तु के लिए अधिक मूल्य देने को तैयार हो जायें। इसके लिए ब्राण्ड व पैकेजिंग का प्रयोग होने लगा जिससे कि बाजार को अपने नियन्त्रण में किया जा सके। इस युग में विज्ञापन एवं विक्रय को जोड़ दिया गया जबकि इसके पूर्व विज्ञापन को विक्रय से अलग माना जाता था। इस युग से यह भी माना जाने लगा कि विज्ञापन विक्रय को आसान बना देता है।

धीरे-धीरे 20वीं शताब्दी के मध्य तक उत्पादक बाजार उपभोक्ता बाजार में परिणित हो गये और अब निर्माताओं के समक्ष यह समस्या उत्पन्न हो गयी कि वृहत् उत्पादन के लिए

*1. Sale-Promotion

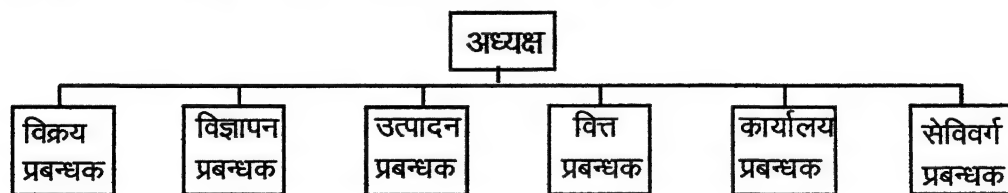
*2. Distribution

नये-नये बाजारों की तलाश के स्थान पर ऐसी वस्तुओं का निर्माण किया जाय जिसे उपभोक्ता स्वयं ही चाहता हो। इसके लिए यह भी आवश्यक होने लगा कि निर्माण, विक्रय, विज्ञापन, वितरण, विक्रय संवर्द्धन, आदि कार्यों में समन्वय किया जाना चाहिए। अतः धीरे-धीरे परीक्षण एवं गलती प्रयोग*¹ से विपणन प्रबन्ध सामने आ गया।

विपणन प्रबन्ध संगठन का विकास

विपणन प्रबन्ध का विकास अमरीकी औद्योगिक क्रान्ति से प्रारम्भ हुआ है। इसके विकास की निम्न चार अवस्थाएँ हैं-

(1) प्रथम अवस्था—पहली अवस्था में उत्पादित वस्तुओं की बिक्री का कार्य एक विक्रय प्रबन्धक के पास होता था। इसका मुख्य कार्य बिक्री करने वाले कर्मचारियों पर नियन्त्रण करना था। विपणन की अन्य क्रियाएँ जैसे, विज्ञापन, विक्रय संवर्द्धन, विपणन नियोजन व विपणन अनुसन्धान, आदि उपेक्षित थे तथा वस्तु नियोजन व बजट बनाने का कार्य अन्य विभागों का था। इसमें मध्यस्थों की सहायता से वस्तु की बिक्री की जाती थी। इस अवस्था में संस्था का संगठन अग्र प्रकार का होता था

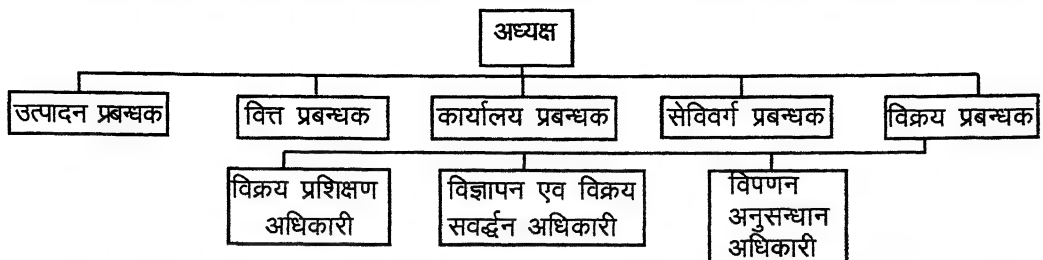


इस अवस्था में बाजार परिस्थितियाँ बदलने लगीं और यह प्रतीत होने लगा कि अनुसन्धान, विज्ञापन व निर्यात जैसी आवश्यकताएँ भी पूरी होनी चाहिए। अतः ये सभी कार्य विक्रय विभाग को दिये जाने लगे। यह अवस्था द्वितीय महायुद्ध के प्रारम्भ तक बनी रही। इस अवस्था में विपणन क्रियाएँ बिखरी हुई थीं।

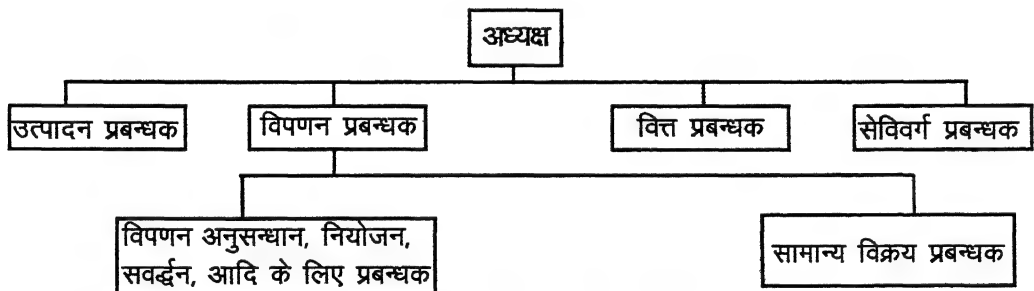
(2) द्वितीय अवस्था—इस अवस्था में विक्रय प्रबन्ध की उपयोगिता समझी जाने लगी जिससे संस्थाओं के संगठन में परिवर्तन होने लगा। इसके अनुसार सभी विपणन क्रियाएँ एक विभाग के अन्तर्गत कर दी गयीं लेकिन उस विभाग का नाम अभी विक्रय विभाग बना रहा। साथ ही विक्रय, प्रशिक्षण व वस्तु सेवा, आदि की भी आवश्यकता प्रतीत होने के कारण इन

*1. Application of Trial and Error (Method)

क्रियाओं को भी विक्रय विभाग के अन्तर्गत रखा गया। अमरीका में यह अवस्था 1950 के लगभग तक चलती रही। इस अवस्था में संस्थाओं का संगठन निम्न प्रकार कर रहा है



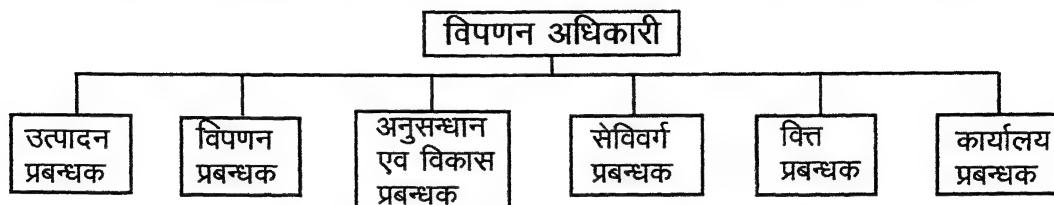
(3) तृतीय अवस्था—विपणन प्रबन्ध के विकास में तृतीय अवस्था 1950 से 1960 तक मानी जाती है। इस अवस्था में विपणन प्रबन्ध के महत्व को समझा जाने लगा और सभी बड़ी व मध्यम आकार की संस्थाओं में एक अधिकारी विपणन प्रबन्धक के नाम से बनाया जाने लगा। कुछ संस्थाओं में इस पद का नाम विपणन उपाध्यक्ष रखा गया। यह अधिकारी सीधे प्रबन्ध के अन्तर्गत कार्य करते थे और उनको सभी विभागों में जाने व उनसे सहायता लेने का अधिकार था। इस प्रकार के विपणन संगठन का रूप निम्न प्रकार का हो गया



वे कार्य जो अब तक उत्पादक, प्रबन्धक, वित्त प्रबन्धक या अन्य अधिकारी करते थे वे सब अब विपणन प्रबन्धक के अन्तर्गत आ गये। इस विपणन प्रबन्धक के कार्यों में अब वस्तु नियोजन, विक्रय पूर्वानुमान, स्टॉक नियन्त्रण, उत्पादन अनुसूचन, वितरण, विज्ञापन, विक्रय संवर्द्धन, विपणन अनुसन्धान, विक्रय व विक्रय संगठन, आदि आ गये। कुछ विद्वानों का मत है कि अमरीका की अधिकांश संस्थाएं इसी अवस्था में चल रही हैं और कुछ संस्थाएँ चतुर्थ अवस्था में पहुंच चुकी हैं।

(4) चतुर्थ अवस्था—यह वह वर्तमान अवस्था है जो अमरीका में 1960 के बाद प्रारम्भ हुई है। इसमें संस्था के सभी विभाग विपणन की दृष्टि से कार्य करते हैं और उत्पादन एवं विक्रय, आदि का विकास सामूहिक रूप से होता है, विपणन संस्था के लिए कार्य करने का ढंग

बन गया है। सस्था के सभी दीर्घकालीन व अल्पकालीन नियोजन विपणन पर आधारित होते हैं। इनमें नीति निर्धारण तो सस्था का मालिक या कम्पनियो में सचालक मण्डल करता है लेकिन उसको कार्य रूप में परिणित करने का कार्य सस्था के अध्यक्ष का होता है और अध्यक्ष स्वयं एक विपणन प्रबन्धक की तरह कार्य करता है। इसका संगठन निम्न प्रकार का होता है



उपर्युक्त चित्रों से यह अर्थ निकलता है कि प्रथम व द्वितीय अवस्था में सस्था का कार्य वस्तु के निर्माण तथा उसका विक्रय करना है लेकिन तीसरी अवस्था इससे भिन्न है। इसमें प्रबन्ध को बाजार के अनुरूप कार्य करने की बात कही गयी है। चौथी अवस्था तो इनमें सबसे आगे है जिसमें उपभोक्ताओं की आकांक्षाओं (अनुसन्धान, आदि से) का पता लगाकर वस्तु का निर्माण एवं विक्रय किया जाता है।

भारत का अनुभव

भारत के अधिकांश प्रतिष्ठान प्रथम अवस्था में ही कार्य कर रहे हैं क्योंकि यहाँ पर अभी विपणन प्रबन्ध विचारधारा को उतना महत्व नहीं दिया जा रहा है जितना दिया जाना चाहिए, लेकिन फिर भी कुछ प्रगतिशील प्रतिष्ठान अन्य अवस्थाओं की ओर बढ़ रहे हैं। औद्योगिक उन्नति, प्रति व्यक्ति आय में वृद्धि, शिक्षा प्रसार, नगरीकरण तथा रहन-सहन का उठता हुआ स्तर इस बात के प्रमाण हैं कि भारत में भी कुछ दशकों में विपणन के क्षेत्र में अभूतपूर्व उन्नति होगी जिसके परिणामस्वरूप अधिकांश प्रतिष्ठान तीसरी व चौथी अवस्था में पहुँच जायेंगे।

विपणन प्रबन्ध के उद्देश्य एवं सिद्धान्त

विपणन की नवीन विचारधारा की व्याख्या "प्रबन्ध के दर्शन के रूप" में की जाती है। कुछ विद्वान इसी को "विपणन प्रबन्ध विचारधारा" भी कहते हैं। इस विचारधारा के चार स्तम्भ माने जाते हैं:

उपभोक्ता-अभिमुखी, विपणन समन्वय, उपभोक्ता सन्तुष्टि, एवं उपभोक्ता कल्याण।

(1) उपभोक्ता-अभिमुखी-नवीन या आधुनिक विपणन प्रबन्ध विचारधारा का मुख्य आधार उपभोक्ता हैं जिसके चारों ओर समस्त व्यावसायिक क्रियाएँ चक्कर काटती हैं। इसमें उपभोक्ता को

‘बॉस’ माना जाता है। निर्माता की भूमिका गौण होती है। इसलिए व्यवसाय के संगठन में उपभोक्ता सबसे ऊपर होता है जिसके परिणामस्वरूप उपभोक्ताओं की आवश्यकताओं पर बहुत अधिक ध्यान रखा जाता है और उपभोक्ता की दृष्टि से निर्माता की ओर देखा जाता है। इसका स्पष्ट अर्थ यह है कि उपभोक्ता जिन वस्तुओं और जिस आकार-प्रकार, रंग, डिजाइन, आदि की वस्तुएं चाहता है उसी का निर्माण निर्माता द्वारा किया जाता है और यदि उपभोक्ता की इच्छा, स्वभाव, आयु, आदि बदल जाती है तो उत्पादन-क्रम को भी उसी अनुसार बदल दिया जाता है जिससे कि वह उपभोक्ता की आवश्यकताओं की पूर्ति कर सके।

इस कार्य के लिए निर्माता को उपभोक्ता की उन आवश्यकताओं की परिभाषा निश्चित करनी पड़ती है जिनकी वह पूर्ति करना चाहता है। यह आवश्यक नहीं है कि इस कार्य के लिए उपभोक्ता की एक ही आवश्यकता को लिया जाय। उपभोक्ता की कई आवश्यकताएं भी निर्माता के द्वारा ली जा सकती हैं। इन आवश्यकताओं का पता लगाने के लिए एक निर्माता द्वारा उपभोक्ता अनुसन्धान^{*1} पर भारी व्यय किया जाता है। यह उपभोक्ता अनुसन्धान बराबर चलाये रखना पड़ता है जिससे कि उपभोक्ता की बदलती हुई आवश्यकताओं के अनुरूप उत्पादन को समायोजित किया जा सके।

एक साथ सभी बाजारों में पहुंचना और लगातार सेवा करते रहना किसी भी निर्माता के बस में नहीं है। अतः कुछ बाजारों को चुनकर ही उनमें अपनी क्रियाओं का विस्तार किया जाता है।

उपभोक्ता कई प्रकार के होते हैं इसलिए नवीन विपणन विचारधारा में विभेदात्मक वस्तुओं के सिद्धान्त^{*2} पर चला जाता है। इसका अर्थ यह है कि विभिन्न उपभोक्ताओं की दृष्टि से एक ही प्रकार की वस्तुओं में कुछ परिवर्तन कर दिये जाते हैं जो उनके आकार, रंग, डिजाइन, आदि से सम्बन्धित होते हैं जिससे कि उनकी आवश्यकताओं की पूर्ति हो सके। भारत में हिन्दुस्तान लीवर लिमिटेड नामक संस्था साबुन व अपने अन्य उत्पादनों के सम्बन्ध में यही नीति अपनाती है। इस कम्पनी के नहाने के साबुन कई नामों से बेचे जाते हैं, जैसे, लाइफबॉय, रेक्सोना, लिरिल, पीयर्स, लक्स, आदि।

*1. Consumer-Research

*2. Theory of Product-differentiation

उपभोक्ता-अभिमुखी विचारधारा के क्रियान्वयन के सम्बन्ध में प्रो. फिलिप कोटलर के अनुसार एक निर्माता को निम्न चार कदम उठाने चाहिए

(i) आवश्यक की परिभाषा—सबसे पहले निर्माता को यह परिभाषित करना होगा कि वह किन आधारभूत आवश्यकताओं की पूर्ति करना चाहता है, जैसे, साबुन निर्माता सफाई की आवश्यकताओं की पूर्ति करते हैं, गैस निर्माता शक्ति की आवश्यकता की पूर्ति करते हैं, कपड़े के निर्माता मानव के अंगों के ढँकने की आवश्यकता की पूर्ति करते हैं, आदि।

(ii) लक्ष्य-समूहों की परिभाषा—कोई भी निर्माता एक साथ सभी प्रकार की आवश्यकताओं की पूर्ति नहीं कर सकता है और न सभी स्थानों पर एक साथ सेवा की जा सकती है। अतः एक निर्माता को अपने लक्ष्य-समूहों को परिभाषित करना होगा जिन पर वह पहुँचना चाहता है। इसके लिए बाजार को खण्डों में विभाजित करना होगा। उदाहरण के लिए, कागज निर्माता को यह तय करना होगा कि वह अखबारों की आवश्यकता को पूरा करेगा या विद्यार्थियों की आवश्यकता को।

(iii) विभेदात्मक वस्तुएँ—वस्तुओं के ग्राहक एक से नहीं होते हैं अतः एक निर्माता को विभिन्न समूहों पर पहुँचने के लिए विभेदात्मक वस्तु नीति को अपनाना पड़ता है जिसके अनुसार यद्यपि वस्तु एक ही होती है लेकिन उसमें रंग, रूप, डिजाइन, मूल्य, आदि के आधार पर भिन्नता उत्पन्न कर दी जाती है जिससे कि विभिन्न प्रकार के ग्राहकों की आवश्यकताओं की पूर्ति की जा सके।

(iv) उपभोक्ता अनुसन्धान—इस विचारधारा में उपभोक्ता अनुसन्धान पर भारी व्यय किया जाता है जिससे कि उपभोक्ता की आवश्यकता का पता लगया जा सके। वास्तव में, यह अनुसन्धान बराबर चलता रहा है। इसका मुख्य कारण यह है कि उपभोक्ता की बदलती हुई आवश्यकताओं एवं रुचियों का पता एक निर्माता को अवश्य ही रहना चाहिए जिससे कि उत्पादन को उसी प्रकार परिवर्तित किया जा सके।

(2) विपणन समन्वय—आधुनिक विचारधारा का यह दूसरा स्तम्भ है। पुरानी विचारधारा में एक निर्माता के विभिन्न विभागों जैसे, उत्पादन, वित्त, कर्मचारी, वस्तु नियोजन व विक्रय, आदि अलग-अलग समझे जाते थे और उनके अलग-अलग प्रबन्धक होते थे जो अपने-अपने क्षेत्र

मे कार्य करने को स्वतन्त्र थे। विक्रय प्रबन्धक का कार्य वस्तुओं का विक्रय करना था। लेकिन आधुनिक विचारधारा मे इन सभी विभागो मे समन्वय ही नहीं होना चाहिए बल्कि यह सब एक कुशल अधिकारी के अन्तर्गत कार्यरत होने चाहिए। इस अधिकारी को विपणन प्रबन्धक*¹ या विपणन संचालन या अन्य इसी प्रकार के नाम से पुकार सकते हैं। विपणन के एकीकरण मे एक दूसरी बात और आती है कि वस्तु, भौतिक वितरण, मूल्य व सवर्द्धन मे भी समन्वय होना चाहिए। इसलिए कुछ सस्थाएं अपने यहा वस्तु प्रबन्धक के नये पदो का सृजन करती हैं जिनका कार्य वस्तु से सम्बन्धित सभी कार्यों का नियोजन एव एकीकरण करना होता हैं।

(3) उपभोक्ता सन्तुष्टि— आधुनिक विचारधारा का तीसरा स्तम्भ उपभोक्ता सन्तुष्टि*² है। उपभोक्ता व्यावसायिक क्रियाओ में सबसे ऊपर रहता हैं और उनकी सन्तुष्ट बनाये रखने से व्यवसाय की दीर्घकालीन ख्याति बनती है जो उपभोक्ता को पुन क्रय करने के लिए विवश करती है। इसके लिए व्यवसायी को कुछ सिद्धान्तो को मानना पडता है, जैसे, “उपभोक्ता सदा ही सही है।” आजकल के प्रतियोगी उपभोक्ता बाजार मे जब तक उपभोक्ता की सन्तुष्टि नहीं होगी तब तक उचित लाभ कमाना कठिन होगा। इसका कारण यह है कि उपभोक्ता को सार्वभौम माना जाता है। अत विपणन की आधुनिक विचारधारा मे उपभोक्ताओ को सन्तुष्टि करके ही लाभ कमाया जाना चाहिए।

अमरीका की मार्शल फील्ड एण्ड कम्पनी नामक संस्था (जो कि अमरीका मे विभागीय भण्डार के लिए प्रसिद्ध है) ने अपने कर्मचारियों की नियम—पुस्तिका मे निम्नलिखित बातों का उल्लेख किया हैं जो उपभोक्ता सन्तुष्टि की ओर ध्यान दिलाती हैं:

- (i) “हम विक्रय करने की अपेक्षा ग्राहक को खुश रखने मे अधिक रुचि रखते हैं।”¹⁴
- (ii) “प्रत्येक व्यापारिक वस्तु या सेवा को ग्राहकों को सन्तुष्ट करने के लिए विनम्रता के साथ वापस ले लिया जायेगा, उसको बदल दिया जायेगा तथा उसका समायोजन कर दिया जायेगा।”
- (iii) “हम प्रत्येक ग्राहक को पूर्ण सन्तोषप्रद सेवा देने के लिए सचेष्ट हैं।”

*1. Marketing Manager

*2. Consumer Satisfaction

(4) उपभोक्ता कल्याण—आधुनिक विचारधारा का यह सबसे नवीनतम स्तम्भ है। इसके अनुसार उपभोक्ता की सन्तुष्टि और कम्पनी के विपणन कार्यों में समन्वय ही आवश्यक नहीं है बल्कि यह भी आवश्यक है कि दीर्घकाल में उपभोक्ता के कल्याण^{*1} का भी ध्यान रखा जाय जिससे कि सामाजिक कल्याण हो सके। आज के युग में विपणन को समाज कल्याण से अलग नहीं किया जा सकता है। प्रत्येक निर्माता का यह कर्तव्य है कि समाज कल्याण को ध्यान में रखे। यदि ऐसा नहीं किया गया तो सरकारी हस्तक्षेप अवश्यम्भावी हो जायेगा। जिसका उस पर बुरा प्रभाव पड़ेगा। अतः सामाजिक दृष्टिकोण को ध्यान में रखकर ही विपणन क्रियाएँ की जानी चाहिए।

विक्रय प्रबन्ध एवं विपणन प्रबन्ध में अन्तर

(1) विपणन प्रबन्ध से अर्थ ग्राहकों की आवश्यकताओं का पता लगाने और फिर उन आवश्यकताओं के अनुरूप उत्पादन करने तथा उस उत्पादन को बेचने हेतु विपणन कार्यक्रम बनाने व निर्णय लेने से हैं जबकि विक्रय प्रबन्ध से अर्थ एक इकाई के वैयक्तिक विक्रय, क्रियाओं के नियोजन, एवं नियन्त्रण से हैं जिसमें विक्रयकर्ता भर्ती, चुनाव, प्रशिक्षण, समानुदेशन, परितोषण निर्धारण, पर्यवेक्षण, परितोषण एवं अभिप्रेरणा सम्मिलित हैं।

(2) अमरीका में दो प्रकार की विचारधाराएँ पायी जाती हैं। एक तो वह जो इन दोनों शब्दों को एक-दूसरे का पर्यायवाची मानती है, दूसरी वह जो इनको पर्यायवाची नहीं मानती। इस संदर्भ में निम्न तर्क प्रस्तुत किये जाते हैं

विक्रय प्रबन्ध पुराना शब्द है जबकि विपणन प्रबन्ध नया शब्द है। विक्रय प्रबन्ध का क्षेत्र संकुचित है। इसमें वस्तुओं का विक्रय ही आता है। साथ ही इसमें विक्रयकर्ताओं की नियुक्ति, उनका प्रशिक्षण एवं उनका पारिश्रमिक, आदि का भी अध्ययन किया जाता है। लेकिन विपणन प्रबन्ध का क्षेत्र व्यापक है। इसमें वस्तु की उत्पत्ति से पूर्व उपभोक्ता की मांग (आवश्यकताओं) का अध्ययन करने से लेकर वस्तु के विक्रय के बाद की भी क्रियाएँ आती हैं जिनमें वस्तु का उत्पादन, उसका वितरण (विक्रय प्रबन्ध व विक्रय), विज्ञापन एवं विक्रय सवर्द्धन, विक्रय के बाद सेवा या गारण्टी भी शामिल हैं।

(3) विक्रय प्रबन्ध स्वतन्त्र नहीं है। यह विपणन प्रबन्ध के अन्तर्गत कार्य करता है और उसके द्वारा निर्धारित नीतियों का पालन करता है। विपणन प्रबन्ध व्यवसाय के मालिकों के अन्तर्गत कार्य करता है और व्यवसाय की नीतियों व लक्ष्यों को कार्यरूप में परिणित करता है।

(4) विक्रय प्रबन्ध का लक्ष्य विक्रय करना है। लेकिन विपणन प्रबन्ध का लक्ष्य व्यवसाय की ख्याति में वृद्धि करना है जिससे कि सम्पूर्ण व्यवसाय कार्यरत बना रहे और लाभ भी प्राप्त कर सके। इसके लिए विपणन प्रबन्ध में विपणन नीतियों, कार्यक्रमों, योजनाओं एवं प्रमाणों को निश्चित किया जाता है। विपणन साधनों का वितरण किया जाता है और विपणन क्रियाओं की प्रभावशीलता का मूल्यांकन किया जाता है।

(5) विक्रय प्रबन्ध, विपणन प्रबन्ध द्वारा निश्चित विपणन कार्यक्रम का एक भाग है।

(6) विक्रय प्रबन्ध का उद्देश्य विक्रय वृद्धि करना है जबकि विपणन प्रबन्ध का उद्देश्य है ग्राहक-सन्तुष्टि।

संक्षेप में यह कहा जा सकता है कि विकसित राष्ट्रों की विपणन व्यवस्थाओं के सन्दर्भ में विपणन प्रबन्ध व विक्रय प्रबन्ध में अन्तर है लेकिन अविकसित राष्ट्रों के लिए इन दोनों शब्दों में कोई अन्तर नहीं है। भारत में अभी इन शब्दों को एक ही शब्द के रूप में प्रयोग किया जा रहा है। लेकिन वे दिन दूर नहीं हैं जबकि इन दोनों को अलग-अलग अर्थों में प्रयोग न किया जा सके।

विपणन में प्रबन्धकीय कार्य—

विपणन प्रबन्ध का कार्य उन क्रियाओं का निर्देशन करना है जिनसे विपणन लक्ष्यों को प्राप्त किया जा सकता है। प्रो. कण्डिफ एवं स्टिल के अनुसार इन लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए नियोजन, संगठन, समन्वय व नियन्त्रण आवश्यक है।¹⁵ एक निर्माणी संस्था में विपणन प्रबन्धक का कार्य वस्तु, ब्राण्ड, पैकेजिंग, विपणन-माध्यम, मूल्य विज्ञापन, विक्रय संवर्द्धन, व्यक्तिगत विक्रय, आदि के सम्बन्ध हैं। निर्णय-निर्धारण का कार्य करना है। इसी प्रकार एक फुटकर विक्रेता के यहां विपणन प्रबन्ध का कार्य अपने संगठन के सम्बन्ध में वस्तुओं, ब्राण्ड, मूल्य, विज्ञापन, विक्रय संवर्द्धन, आदि का निर्णय-निर्धारण करना है। कहने का अर्थ है यह कि प्रत्येक विपणन प्रबन्धक को (चाहे वह किसी भी क्षेत्र में क्यों न हो) अपने विपणन लक्ष्यों

को प्राप्त करने के लिए कार्यों का निर्देशन, समन्वय, संगठन व नियन्त्रण करना पड़ता है। इन्हीं कार्यों को विपणन के प्रबन्धकीय कार्य या विपणन प्रबन्ध के कार्य कहते हैं जिनका विस्तृत विवरण निम्न प्रकार है

प्रो स्टाण्टन ने विपणन के प्रबन्धकीय कार्यों को विपणन में प्रबन्धकीय प्रक्रिया का नाम दिया है और उनकी दृष्टि में इस प्रक्रिया में निम्न छ बातें आती हैं

(1) विपणन उद्देश्यों को निर्धारित करना—विपणन के प्रबन्धकीय कार्यों में पहला एवं आधारभूत कार्य विपणन उद्देश्यों को निर्धारित करना है। यह विपणन के सभी कार्यों की आधारशिला है। यह उद्देश्य निर्धारित करते हैं कि एक संस्था की भावी उन्नति किस स्तर तक हो सकती है। विपणन उद्देश्य दीर्घकालीन एवं अल्पकालीन दोनों ही हो सकते हैं। सामान्यतया पहले अल्पकालीन उद्देश्यों तक पहुंचा जाता है फिर दीर्घकालीन उद्देश्यों तक। उद्देश्य स्पष्ट एवं विशिष्ट होने चाहिए और ऐसे नहीं होने चाहिए कि इनका अर्थ संस्था के विभिन्न वर्ग के प्रबन्धको द्वारा विभिन्न रूप में लगाया जा सके। उदाहरण के लिए, यदि संस्था यह निश्चित करे कि उसका उद्देश्य “अधिकतम लाभ कमाना है” तो यह उचित नहीं है। अधिकतम को भी परिभाषित किया जाना चाहिए क्योंकि किसी की दृष्टि में 20 प्रतिशत लाभ अधिकतम है तो किसी की दृष्टि में 30 प्रतिशत। यदि हम यह निश्चित करे कि लाभ 25 प्रतिशत होना चाहिए तो यह स्पष्ट एवं स्थिर है। इसके दो अर्थ नहीं निकाले जा सकते हैं। किसी संस्था के विपणन उद्देश्य उस संस्था के सभी कार्यों के लिए मार्ग-दर्शन का कार्य करते हैं। उदाहरण के लिए, यदि संस्था का उद्देश्य वस्तु को घर-घर पहुंचाना है तो इसके लिए प्रत्येक शहर व गांव में स्थान-स्थान पर फुटकर विक्रेता नियुक्त करने होंगे।

(2) नियोजन करना—विपणन के प्रबन्धकीय कार्यों में दूसरा कार्य नियोजन करना है। यहाँ नियोजन से अर्थ उन तरीकों से है जिनके माध्यम से विपणन उद्देश्यों को प्राप्त किया जाता है। वास्तव में नियोजन समस्या-समाधान एवं निर्णय-निर्धारण की प्रक्रिया के आधार पर किया जाता है। इसका अर्थ यह है कि किसी समस्या के समाधान के कई तरीके होते हैं। हमको उन तरीकों में से किसी सर्वोत्तम तरीके के सम्बन्ध में निर्णय लेकर आगे बढ़ना होता है।

यह नियोजन भी वस्तु, बाजार, वितरण एवं सवर्द्धन के सम्बन्ध में अल्पकालिक एवं दीर्घकालिक दोनों ही हो सकता है। इस नियोजन में रीति-नीति*¹ एवं चालों*² का भी निर्धारण किया जाता है जिनके माध्यम से विपणन उद्देश्य प्राप्त किये जाते हैं। रीति-नीति से अर्थ उस योजना से है जिसके माध्यम से लक्ष्य प्राप्त किये जाते हैं जबकि चालें वे विस्तृत साधन हैं जिनके माध्यम से रण-नीति को कार्य रूप में परिणित किया जाता है। उदाहरण के लिए, एक साड़ी निर्माता का लक्ष्य उच्च क्वालिटी की साड़ियों का निर्माण करना है लेकिन उनके वितरण के लिए, उच्च श्रेणी के विक्रेता के माध्यम से उन्हें बेचना उसकी रीति-नीति है। जब वह ऐसे विक्रेता को चुनता है जहाँ इस प्रकार के ग्राहक बहुत आते हैं तो यह उसकी चाल है।

(3) संगठन एवं समन्वय करना—यहाँ संगठन से अर्थ उस प्रक्रिया से है जिसमें विभिन्न कार्यों एवं इन कार्यों में सलग्न व्यक्तियों की क्रियाओं को इस प्रकार गठित करना है कि वे सर्वोत्तम कार्यकुशलता एवं सहयोग के साथ कार्य कर अधिकतम उत्पादन कर सकें। नियोजन के साथ संगठन भी आवश्यक है। संगठन का कार्य प्रबन्ध द्वारा निर्धारित नीतियों का पालन करते हुए प्रबन्धकीय लक्ष्यों को प्राप्त करना है। बिना अच्छे एवं संगठन के न तो नीतियों का ही पालन किया जा सकता है और न ही लक्ष्यों की प्राप्ति हो सकती है। विपणन प्रबन्ध के संगठन के अन्तर्गत कार्य की जानकारी, कार्य-वितरण, अधिकार एवं दायित्वों का सौंपना एवं इन सब में समन्वय स्थापित करना भी शामिल है।

विपणन के प्रबन्धकीय कार्यों में समन्वय का कार्य बहुत ही महत्वपूर्ण है। बिना समन्वय के नियोजन व संगठन के कार्य व्यर्थ है। इनमें सभी विभागों में, जो विक्रय का कार्य करते हैं, समन्वय अनिवार्य ही नहीं है (जैसे, व्यक्तिगत विक्रय, विज्ञापन, विक्रय सवर्द्धन, आदि में), बल्कि निर्माण व वितरण में भी समन्वय होना चाहिए। यही नहीं, निर्माण, वित्त, कर्मचारी, आदि विभागों में भी समन्वय होना चाहिए। इस प्रकार एक विपणन प्रबन्ध के अन्तर्गत कार्य कर रहे सभी विभागों में समन्वय होना चाहिए।

*1. Methodology

*2. Strategy

(4) कर्मचारियों एवं अन्य साधनों को एकत्रित करना—विपणन की प्रबन्धकीय प्रक्रिया के अन्तर्गत कर्मचारियों एवं अन्य मानवीय साधनों को एकत्रित करना भी एक महत्वपूर्ण कार्य है। यदि कर्मचारियों व प्रबन्धकों की नियुक्ति सावधानीपूर्वक की जाती है तो बहुत—सी समस्याएँ उत्पन्न नहीं हो पाती हैं और यदि वे किसी उत्पन्न भी हो जाती हैं तो कुशल प्रबन्ध एवं कर्मचारी उनका समाधान स्वतः ही कर लेते हैं। एक विपणन प्रबन्धक का कार्य और भी आसान हो जाता है यदि वह कुशल विपणन प्रबन्धक, अनुसन्धान प्रबन्धक, सेविवर्ग प्रबन्धक, आदि को नियुक्त कर लेता है।

(5) संचालन एवं निर्देशन—जब लक्ष्य का निर्धारण हो जाता है, नियोजन पूर्ण कर लिया जाता है, कर्मचारियों एवं प्रबन्धकों की नियुक्ति कर दी जाती है, तब उस व्यवसाय में संचालन एवं निर्देशन की आवश्यकता होती है। इसमें अभिप्रेरणा को भी शामिल किया जाता है। ऐसा कहा जाता है कि कोई भी योजना लायक नहीं है जब तक कि उसको प्रभावकारी ढंग से लागू न किया जाये। वास्तव में यह कहावत विपणन पर तो अक्षरशः लागू होती है। किसी भी व्यवसाय की सफलता उस व्यवसाय के कार्य करने की पद्धति पर ही निर्भर रहती है। किसी भी व्यवसाय का प्रबन्धक चाहे जितनी अच्छी योजनाएँ बना ले लेकिन यदि उस योजना के संचालन एवं निर्देशन में कोई त्रुटि है तो वह योजना सफल नहीं हो सकती है।

इस संचालन एवं निर्देशन में कर्मचारियों को नेतृत्व प्रदान किया जाता है। उनको कार्य करने के लिए प्रेरणा दी जाती है और पुरस्कार एवं दण्ड नीति का पालन किया जाता है। इसका अर्थ यह है कि अच्छे कर्मचारियों को पुरस्कार देते हैं तथा अकुशल कर्मचारियों को और प्रशिक्षण देकर कुशल बनाया जाता है लेकिन इस पर भी यदि वे उचित कार्य नहीं करते हैं तो उनको दण्डस्वरूप सेवा से निकाल दिया जाता है।

(6) विश्लेषण एवं मूल्यांकन करना—विपणन प्रबन्ध का यह अन्तिम कार्य है। इसमें संस्था के उद्देश्यों एवं नीतियों का समय—समय पर विश्लेषण किया जाता है और मूल्यांकन करके यह पता लगाया जाता है कि संस्था अपने उद्देश्यों को प्राप्त करने में कहां तक सफल रही है। यदि इसमें कोई कमी है तो उसको सुधारा जाता है, नीतियों को बदला जाता है तथा उद्देश्यों में परिवर्तन किया जाता है।

1.2 क्षेत्रीय व्यापार सहयोग

द्वितीय विश्व युद्ध के पश्चात् क्षेत्रीयतावाद*¹ और क्षेत्रीय व्यापार एवं आर्थिक सहयोग*² की ओर प्रवृत्ति हाल के अन्तर्राष्ट्रीय सम्बन्धों*³ में सर्वाधिक दिलचस्प विकासों में से एक है। क्षेत्रीयतावाद का अर्थ क्षेत्र (रीजन) के आधार पर विभिन्न राज्यों के संगठित होने से है और इसका प्रयोग राज्यों अथवा देशों की प्रत्येक गैर-विश्वीय संस्थाओं*⁴ के संगठित होने की क्रिया और प्रवृत्ति के लिए किया जाता है। अन्तर्राष्ट्रीय राजनीति की एक अवधारणा (विचार-धारा) के रूप में अनेक विचारकों ने क्षेत्रीयतावाद की परिभाषा अनेक रूपों में दी है। इन विचारकों के लिए 'क्षेत्र' (रीजन) शब्द का अर्थ अलग-अलग है किन्तु क्षेत्रीयवाद का आधार भूत-तत्त्व क्षेत्र ही है, इस पर सभी एक मत हैं।

'पामर एण्ड परकिन्स' ने क्षेत्र को परिभाषित करते हुए कहा है कि—

"अन्तर्राष्ट्रीय सम्बन्धों में क्षेत्र निर्विवाद रूप से वह क्षेत्र है जो तीन या इससे अधिक राज्यों के भूक्षेत्रों को सम्मिलित करता है। ये राज्य सामान्य हितों और भूगोल द्वारा आपस में बंधे होते हैं। यह आवश्यक नहीं है कि वे एक दूसरे से सटे हुए हों या एक ही महाद्वीप में हों।"¹⁶

'श्लीचर' ने क्षेत्र की परिभाषा और भी अच्छे ढंग से की है,

"एक अन्तर्राष्ट्रीय क्षेत्र में ऐसे राज्यों के क्षेत्र आते हैं जो कम से कम किसी एक उद्देश्य के लिए इसे बाकी क्षेत्रों से अलग रखते हैं।"¹⁷

उपर्युक्त परिभाषाओं के आधार पर कहा जा सकता है कि क्षेत्र में कई राज्य सम्मिलित होते हैं जिनमें भौगोलिक समीपता हो भी सकती है और नहीं भी, उनकी राजनीतिक व्यवस्था एक जैसी हो भी सकती है नहीं भी, लेकिन उनके उद्देश्य किसी न किसी मात्रा तक एक जैसे अवश्य होते हैं। फिर भी क्षेत्र का निर्धारण करने का कोई निश्चित नियम नहीं है। यह उन परिस्थितियों और उन समझौतों के स्वरूप पर निर्भर करता है जिनके अन्तर्गत राज्य एक क्षेत्र में सम्मिलित होते हैं। इससे स्पष्ट है कि क्षेत्रीयतावाद में भौगोलिक तत्व नितान्त आवश्यक नहीं है, यद्यपि यह गौण भी नहीं है। क्षेत्रीयतावाद का अर्थ है उन राज्यों के समूहों के बीच

*1. Regionalism

*3. International Relations

*2. Regional Trade and Economic Cooperation-RTEC

*4. Non-Universal Institutions

सहयोग स्थापित होना जो स्वयं को भौगोलिक, आर्थिक, सैनिक, सांस्कृतिक, राजनीतिक हितों से बधा हुआ अनुभव करते हैं। क्षेत्रीयतावाद की व्यापक परिभाषा करते हुए कहा जा सकता है कि "क्षेत्रीयतावाद किसी एक क्षेत्र के राज्यों, अथवा समान आवश्यकताओं या किसी प्रश्न, समस्या या लक्ष्य के प्रति समान अभिधारणाओं और इच्छित उद्देश्यों को सुरक्षित रखने के लिए उपाय ढूँढने के विचार से राज्यों, के संगठित होने की अवधारणा है।"

क्षेत्रीय संगठन

अन्तर्राष्ट्रीय सम्बन्धों में क्षेत्रीयतावाद की अभिव्यक्ति क्षेत्रीय संगठनों में होती है। क्षेत्रीय संगठन^{*1} वह संगठन है जो—क्षेत्रीयतावाद की अवधारणा के अन्तर्गत संगठित किया जाता है। 'क्षेत्रीय संगठन' शब्द के स्थान पर 'क्षेत्रीय प्रबन्ध',^{*2} 'क्षेत्रीय व्यवस्था',^{*3} 'क्षेत्रीय संघ',^{*4} क्षेत्रीय समझौता,^{*5} और क्षेत्रीय अन्तर्राष्ट्रीय संगठन^{*6} आदि शब्दों का प्रयोग किया जाता है और कुछ लेखक इनमें से कुछ के बीच भेद भी मानते हैं। 'हास और हवाटिंग' ने 'क्षेत्रीय व्यवस्था' पद का प्रयोग करते हुए कहा है,

"क्षेत्रीय व्यवस्था दो या दो से अधिक राज्यों के बीच एक दीर्घकालीन समझौता होता है, जो विशिष्ट परिस्थितियों में राजनीतिक सैनिक आर्थिक क्रिया करने में सहायक होता है, वशर्ते कि वचनबद्धता परिभाषित क्षेत्र तथा विशिष्ट राज्यों तक ही विस्तृत हो।"¹⁹

डॉ. ई0 एन0 वान क्लीफेन्स ने 'क्षेत्रीय प्रबन्ध' या 'क्षेत्रीय समझौता' पद को उपयुक्त माना है और इसको निम्न रूपों में परिभाषित किया है—

'क्षेत्रीय प्रबन्ध या समझौता, किसी विशिष्ट क्षेत्र में या उस क्षेत्र में संयुक्त उद्देश्य के लिए सामान्य हितों वाले सम्प्रभु राज्यों का एक ऐच्छिक संघ होता है, जो उस क्षेत्र के सम्बन्ध में आक्रामक प्रकृति का नहीं होना चाहिए।"²⁰

चाहे किसी भी पद का प्रयोग किया जाये लेकिन कुल मिलाकर इन सभी पदों से एक ही तरह की ध्वनि निकलती है। इसलिए 'क्षेत्रीय संगठन' पद के प्रयोग को ही समीचीन और सुविधाजनक मानते हुए यह कहा जा सकता है कि क्षेत्रीय संगठन ऐसे विभिन्न राज्यों का

*1. Regional Organisation,

*3. Regional System.

*5. Regional Pact,

*2. Regional Arrangement

*4. Regional Association

*6. Limited International Organisation

एक स्थायी अथवा दीर्घकालिक समूह संगठन है जो अपनी सादृश्यता, भौगोलिक समीपता, हितों की समानता या सांस्कृतिक, भाषाई, ऐतिहासिक समानता के कारण, या फिर किसी झगड़े को जो उनके बीच पैदा हो जाता है, शान्तिपूर्ण ढंग से सुलझाने के लिए या अपने क्षेत्र में शान्ति स्थापित करने, सुरक्षा की बहाली या अपने हितों की रक्षा के लिए या फिर अपने आर्थिक, सैनिक, राजनीतिक सांस्कृतिक सम्बन्धों के विकास के लिए सामूहिक रूप से उत्तरदायी होते हैं।

उपर्युक्त विवेचन से स्पष्ट है कि क्षेत्रीय संगठन के निम्न रूप हो सकते हैं—

- 1 सुरक्षा संगठन जैसे—नाटो, सीटो, सेण्टो, वारसा पैक्ट आदि।
- 2 समान राजनीतिक हितों वाले संगठन जैसे—अरब लीग, ओपेक आदि।
3. आर्थिक सहयोग संगठन जैसे—एसियान, यूरोपीय आर्थिक समुदाय आदि।
- 4 भौगोलिक समीपता वाले आर्थिक सहयोग संगठन जैसे—रिओ सन्धि, अमेरिकी

राज्यों का संगठन, अफ्रीकी एकता संगठन, 'सार्क' (दक्षेस) आदि।

क्षेत्रीय संगठनों का मूल्यांकन

संयुक्त राष्ट्र संघ*¹ के चार्टर में क्षेत्रीयतावाद और क्षेत्रीय संगठनों की स्थापना को मान्यता दी गयी है। इसका प्रावधान चार्टर की धारा 52, 53, 54 में है।

उपर्युक्त के अतिरिक्त संयुक्त राष्ट्र ने संघ ने अपने अगों में सदस्यता के निर्धारण में भी क्षेत्रीयतावाद की विचारधारा को अनौपचारिक रूप से मान्यता दे रखा है। उदाहरणार्थ सुरक्षा परिषद के 10 अस्थायी सदस्यों में से 5 एफ्रो एशिया से, 2 लैटिन अमेरीका से, 2 पश्चिमी यूरोप से और 1 पूर्वी यूरोप से लिये जाने की परम्परा है। इससे स्पष्ट है कि संयुक्तराष्ट्र संघ ने क्षेत्रीयतावाद को मान्यता दी है लेकिन उस पर चार्टर के उद्देश्यों और सिद्धान्तों की अनुकूलता की सीमा है।

क्षेत्रीयतावाद की अवधारणा के आधार पर जितने भी क्षेत्रीय संगठन बने हैं उन्हें मोटे तौर पर दो वर्गों में विभाजित किया जा सकता है—

1. क्षेत्रीय सुरक्षा संगठन।
2. क्षेत्रीय गैर सुरक्षा (आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक सहयोग के) संगठन।

जहाँ तक क्षेत्रीय गैर-सुरक्षा संगठनों का प्रश्न है, इनको समान्यता उपयोगी और हितकर माना जाता है। इनकी उत्पत्ति के कारणों में आर्थिक-सामाजिक-सांस्कृतिक विकास और पारस्परिक निर्भरता की भावनाये रही है। लेकिन क्षेत्रीय सुरक्षा संगठनों की उत्पत्ति के कारणों में सहयोग की भावना कम और गुटबन्दी की भावना अधिक रही है। द्वितीय विश्व युद्ध के बाद साम्यवाद के प्रसार के भय, पूँजीवाद और साम्यवाद के बीच वैचारिक संघर्ष, शीत युद्ध और संभावित युद्धों से सुरक्षा प्रदान करने की संयुक्त राष्ट्र संघ की तथाकथित अक्षमता के कारण क्षेत्रीय सुरक्षा संगठन अस्तित्व में आये। इन क्षेत्रीय सुरक्षा संगठनों के विषय में कई आपत्तियाँ उठायी जाती हैं यथा—

- 1 क्षेत्रीय सुरक्षा संगठन संयुक्त राष्ट्र संघ के चार्टर के प्रतिकूल हैं क्योंकि इनकी उत्पत्ति के पीछे यह धारणा कार्य करती है कि संयुक्त राष्ट्र संघ सामूहिक सुरक्षा में असफल रहा है।
- 2 इन संगठनों से न केवल संयुक्त राष्ट्र संघ की सामूहिक सुरक्षा की भावना को आघात पहुँचता है बल्कि ये संयुक्त राष्ट्र संघ की असफलता के प्रतीक बन जाते हैं।
- 3 संयुक्त राष्ट्र संघ की सामूहिक सुरक्षा की व्यवस्था के होते हुए क्षेत्रीय संगठनों की स्थापना एक तरह का व्यर्थ दुहराव है।
- 4 क्षेत्रीय संगठनों का उद्देश्य दूसरे गुटों और राज्यों के प्रति आक्रामक होता है इसलिए सैद्धान्तिक रूप में शान्ति और सुरक्षा की बात करते हुए भी व्यवहार में इनसे अन्तर्राष्ट्रीय तनाव में वृद्धि होती है।
- 5 क्षेत्रीय सुरक्षा संगठनों से शस्त्रीकरण को बढ़ावा मिलता है और शस्त्रीकरण से युद्ध की संभावनाये बढ़ती हैं।
- 6 इन क्षेत्रीय संगठनों के कारण संयुक्त राष्ट्र संघ में गुटबन्दी बढ़ती है और संयुक्त राष्ट्र संधीय राजनीति क्षेत्रीय संगठनों के संघर्ष की राजनीति हो जाती है।
- 7 ये संगठन संयुक्त राष्ट्र चार्टर की धारा 51 में वर्णित आत्मरक्षा के प्रावधान का गलत अर्थ निकालते हैं और सामूहिक सुरक्षा के स्थान पर शक्ति सन्तुलन की पद्धति को

प्रोत्साहन करते हैं।

- 8 क्षेत्रीय सुरक्षा संगठन किसी भी अर्थ में क्षेत्रीय नहीं हैं, क्योंकि इनमें गैर क्षेत्रीय और विभिन्न प्रदेशों के सदस्य होते हैं।
- 9 अधिकांश, क्षेत्रीय सुरक्षा संगठनों की प्रेरक—महाशक्तियाँ रही हैं, जो गैर क्षेत्रीय राज्य होने के कारण इन संगठनों के माध्यम से उस क्षेत्र विशेष में अपना वर्चस्व कायम करने का प्रयास करती हैं। इसलिए बी के कृष्णमेनन ने इन संगठनों को 'न्यूनाधिक मात्रा में शासन की और प्रतिगमन' की सजा दी।

उपर्युक्त आलोचनाओं के होते हुए भी क्षेत्रीय—संगठनों को चुनौती देना या उन्हें समाप्त कर देना आसान काम नहीं है। क्षेत्रीयतावाद के समर्थक प्रायः यथार्थवादी हैं। इसलिए विश्ववाद में उनका बिल्कुल विश्वास नहीं है। प्रो. पोटर् ने कहा है, विश्ववाद अथवा भूमंडलीकरण एक जल्दवाजी, ऊपरी और कुछ हद तक भावात्मक प्रतिक्रियाओं का परिणाम है। इन लोगों की दृष्टि में राष्ट्रीय हितों में विश्व व्यापी समानता न होने के कारण संयुक्त राष्ट्र संघ जैसा कोई अन्तर्राष्ट्रीय संगठन सर्वथा सफल नहीं हो सकता और क्षेत्रीय संगठनों की आवश्यकता एवं संभावनाएँ बनी रहेगी।

वस्तुतः समस्या क्षेत्रीयतावाद और क्षेत्रीय संगठनों की समाप्ति की नहीं है। बल्कि संयुक्त राष्ट्र संघ के साथ उनके अनुकूलन और स्वस्थ उद्देश्यों की है। अतः क्षेत्रीयतावाद का विचार अभी नवीन और विकास की स्थिति में है।

पिछले कुछ वर्षों से अन्तर्राष्ट्रीय राजनीतिक अर्थव्यवस्था में हुए परिवर्तनों के कारण क्षेत्रीय संगठन और क्षेत्रीयतावाद के परम्परागत रूप में परिवर्तन हुआ है। एवं व्यापारिक और वाणिज्यिक सहयोग संगठनों के निर्माण में तेजी आयी है। यह अच्छा लक्षण है। ये नवीन प्रकार के क्षेत्रीय संगठन न ही संयुक्त राष्ट्र संघ के चार्टर के प्रतिकूल हैं और न ही क्षेत्रीयतावाद का यह रूप विश्वशान्ति और अन्तर्राष्ट्रीयतावाद के मार्ग में बाधक है।

1.3 प्रस्तुत अध्ययन के उद्देश्य*¹

दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग संगठन—सार्क अथवा दक्षेस क्षेत्रीयतावाद का एक, महत्वपूर्ण (सघ) है। इसका गठन दक्षिण एशिया के सात देशों के मध्य परस्पर व्यापारिक आर्थिक एवं राजनीतिक सहयोग को बढ़ाने के उद्देश्य से 8 दिसम्बर 1985 को बांग्लादेश की राजधानी “ढाका” में किया गया। सार्क देशों के मध्य परस्पर विपणन—व्यवस्था को सुदृढ़ करना भी इन्हीं उद्देश्यों में सम्मिलित हैं।

सार्क संगठन के वे सात देश हैं—भारत, पाकिस्तान, बांग्लादेश, श्रीलंका, नेपाल, भूटान तथा मालदीव। इनमें भारत का जनसंख्या, भू-क्षेत्रफल, सकल घरेलू उत्पाद तथा राजनीति की दृष्टि से वर्चस्व है। अन्तर्राष्ट्रीय विपणन के महत्वपूर्ण विषय विदेशी व्यापार एवं विपणन व्यवस्था (विपणन प्रबन्ध) के विविध आयाम, उनकी दिशाएँ तथा उनकी नीतियाँ भारत एवं सार्क देशों के बीच क्या रही हैं, इन्हीं का एक समीक्षात्मक अध्ययन प्रस्तुत करना इस शोध प्रबन्ध का प्रधान उद्देश्य है।

दक्षिण एशिया के सार्क क्षेत्र में विगत वर्षों में व्यापारिक एवं विपणन सम्बन्धों की स्थापना हुई है। ‘सार्क देशों में निजी क्षेत्र के वाणिज्य एवं उद्यमों की महत्वपूर्ण भूमिका हाल के वर्षों में सार्क चैम्बर आफ कामर्स एण्ड इंडस्ट्री’ के रूप में देखने को मिला है। इसका मुख्यालय कराची में है। यह महत्वपूर्ण कदम सार्क के सभी सदस्य देशों में प्रगतिवादी नियंत्रण एवं बाजार—प्रधान आर्थिक सुधारों से प्रेरित हैं। व्यापारिक एवं विपणन क्रिया—कलापों के अतिरिक्त सार्क देशों में अन्य आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक तथा खेलकूद एवं युवा क्रिया—कलापों में भी परस्पर विनिमय हुआ है। आर्थिक विकास के सन्दर्भ में परस्पर सहयोग की इस भावना का उद्भव एवं विकास विश्व अर्थव्यवस्था में एक शुभ संकेत हैं। इसका ज्वलन्त उदाहरण हमें ‘सार्क’ के रूप में देखने को मिला है जिसका सफर ‘सार्क’ से ‘साफ्टा’*² तथा ‘साफ्टा’ से ‘साफ्टा’*³ के रूप में हाल के वर्षों में देखने को मिला है। ‘सार्क’ से ‘साफ्टा’ का सफर राजनीतिक अर्थव्यवस्था (पॉलिटिकल इकॉनॉमी) के सैद्धान्तिक एवं

*1 Objective Time of the Study

*2. South Asian Preferential Trade Agreement-SAPTA

*3. South Asian Free Trade Agreement-SAFTA

व्यवहारिक नीतियों पर आधारित है। अतः इसका निराकरण भी नयी-राजनीतिक अर्थ व्यवस्था के नीतिगत पहलुओं के अन्तर्गत होना अति आवश्यक है। प्रस्तुत शोध प्रबन्ध को इस दिशा में भी प्रस्तुत करने की आयोजना है।

दक्षिण एशियाई 'सार्क' देशों के मध्य अनुकूल प्रशुल्क नीति (टेरिफ पालिसी)*³ के साथ विभिन्न वस्तुओं एवं सेवाओं का अन्तः क्षेत्रीय एवं बाह्य क्षेत्रीय व्यापार का प्रारम्भ विश्व की अर्थ व्यवस्था में एक शुभ संकेत है। यह भविष्य में समृद्धि के नये द्वार खोलने जैसा है। सभी सार्क देशों में व्यापार एवं विपणन के साथ आर्थिक व राजनीतिक सहयोग की प्रचुर सम्भावनाएँ भी मौजूद हैं। वस्तुतः राजनीतिक स्थायित्व व राजनीतिक सौहार्द से दो देशों अथवा क्षेत्र में शांति व्यवस्था प्रोत्साहित होती है जिससे विपणन, व्यापार समृद्धि एवं विकास को बल प्राप्त होता है। अन्तर्राष्ट्रीय विपणन के अन्तर्गत हम इस व्याख्या को उलटा करके भी देखते हैं और व्यापार-विपणन को शांति के मुख्य-तत्वों के रूप में पाते हैं। इस तरह विकास एवं शांति एक केन्द्रीय समस्या बन जाता है जिसके समाधान के दो छोर प्राप्त होते हैं—

(1) व्यापार एवं विपणन, तथा (2) राजनीतिक सौहार्द। अन्य शब्दों में,

व्यापार व विपणन

विकास व शांति

राजनीतिक सौहार्द

व्यापार व विपणन

सारांश यह है कि व्यापार एवं विपणन, समृद्धि, विकास एवं शांति के लिए आदि और अंतः दोनों हैं। इनका निष्पादन इन विकासशील देशों में आर्थिक समृद्धि एवं विकास की दशाओं को उत्पन्न करेगी। इस अध्ययन को इस सन्दर्भ में भी प्रस्तुत करने की आयोजना है।

विदेशी व्यापार की दृष्टि से दक्षिण एशियाई, 'सार्क' देशों का सामाजिक, आर्थिक एवं, राजनीतिक सहयोग अर्थव्यवस्था की घरेलू मांगों को पूरा करने में लगने वाले समय तथा यातायात लागतों में आने वाली कठिनाइयों से इन देशों को बचाता है। सार्क के सदस्य देशों की अर्थ-व्यवस्थाओं की घरेलू माँग विपणन व्यवस्था, परस्पर व्यापार एवं आर्थिक सहयोग द्वारा पूरा होने पर आयात-निर्यात सम्बन्धी यातायात लागतों तथा वस्तुओं एवं सेवाओं की

आपूर्ति में लगने वाले समय के अधिक न होने से सभी सदस्य देशों को परस्पर व्यापार—विपणन से प्रचुर लाभ होता है। लाभ की ये दशाये तब और भी बढ़ जाती है जब ये सदस्य देश परस्पर संचार सेवाओं, ऊर्जा एवं शक्ति सेवाओं, विनिर्माणी उद्योग हेतु तकनीकी सहयोग एवं हस्तान्तरण, शिक्षा, चिकित्सा एवं पोषण सम्बन्धी सेवाओं द्वारा परस्पर सहयोग करते हैं। वर्तमान अध्ययन को इस सन्दर्भ में भी प्रस्तुत किये जाने की आयोजना है।

‘कम लागत, अधिक उत्पादन’^{*1} आर्थिक सवृद्धि एवं विकास का मूलमन्त्र है। इसका लाभ ‘सार्क’ के सदस्य देशों में परस्पर व्यापार के फलस्वरूप पर्याप्त मात्रा में प्राप्त होने लगता है। परस्पर व्यापार एवं विपणन व्यवस्था की आधुनिक विधियों से ‘सार्क’ के सदस्य देशों में वस्तुओं एवं सेवाओं की परस्पर विनिमयशीलता के साथ ही मौद्रिक विनिमयशीलता एवं तरलता, बैंकिंग एवं साख सुविधाओं का विस्तार, मौद्रिक एवं गैर-मौद्रिक सहायता, ‘सार्क’ क्षेत्र में एक मुद्रा के प्रचलन की आवश्यकता, विपणन हेतु मुक्त बाजार आदि मुद्दों से सम्बन्धित विश्लेषण को भी वर्तमान अध्ययन में प्रस्तुत किये जाने की आयोजना है।

अन्तर्राष्ट्रीय विपणन के सन्दर्भ में यह भी देखने को मिलता है कि ‘सार्क’ के सदस्य देशों में निवास करने वाले उपभोक्ता पड़ोसी देशों से वस्तुओं को खरीदने में अनिच्छुक नहीं हैं। उपभोग योग्य विभिन्न वस्तुओं को उपभोक्ता अपने पड़ोसी देश से भी खरीद सकते हैं यदि तुलनात्मक रूप में (1) वस्तुओं की कीमते, घरेलू अर्थव्यवस्था से कम हैं, (2) वस्तुओं की गुणवत्ता अधिक है तथा (3) वस्तुओं की उपलब्धता सहज है। उपलब्धता, गुणवत्ता के साथ ही कम कीमतों में वस्तुओं के प्रयोग की गुंजाइश प्रायः सभी ‘सार्क’ देशों में प्राप्त है। इस हेतु प्रबन्धकीय क्षमता एवं कौशल में वृद्धि द्वारा वस्तुओं के विपणन एवं व्यापार को बढ़ाया जा सकता है। इस दृष्टि से सम्पूर्ण ‘सार्क’ क्षेत्र को दक्षिण एशिया के ‘एक प्रदेश के रूप में’ देखा जा सकता है। वर्तमान अध्ययन इस दिशा में भी एक प्रयास है।

सार्क के सदस्य देशों में भारत एक महत्वपूर्ण देश है। भारत का इन देशों में वर्चस्व है। ‘सार्क’ देशों में जनसंख्या की दृष्टि से लगभग 76% जनसंख्या और क्षेत्रफल की दृष्टि से

लगभग 73% भूमि-क्षेत्र भारत के हिस्से में है। इसके अतिरिक्त, समस्त सदस्य देशों की तुलना में भारत वस्तुओं के क्रय-विक्रय हेतु एक बड़े बाजार को भी अपनी घरेलू अर्थव्यवस्था में समाहित किये हुए है। 'सार्क' देशों में विश्व व्यापार के सापेक्ष अन्तः क्षेत्रीय व्यापार का वितरण लगभग 37% है जिसमें स्वयं भारत की भागीदारी लगभग 2% है। अतः प्रस्तुत अध्ययन में भारत की केन्द्रीय भूमिका है। प्रस्तुत शोध प्रबन्ध भारत के विदेशी व्यापार नीति एवं विपणन-व्यवस्था पर आधारित है। सार्क के सदस्य देशों के परिप्रेक्ष्य में भारत की व्यापारिक एवं विपणन-नीतियों का मूल्यांकन करना भी इस शोध प्रबन्ध का उद्देश्य है।

सार्क क्षेत्र विश्व में व्यापार एवं विपणन का बड़ा क्षेत्र नहीं है। विश्व के कुल व्यापार एवं विपणन क्रियाओं में इस क्षेत्र की भागीदारी लगभग 1 प्रतिशत है। इसका यह कदापि अर्थ नहीं है कि इस क्षेत्र में विपणन-सुविधाओं तथा व्यापार की प्रचुर सम्भावनाएँ न मौजूद हों। इन्हीं सम्भावनाओं के फलस्वरूप ही अमेरिका, जापान तथा चीन जैसे-देश भारत एवं अन्य सार्क देशों में अपने माल की खपत करना चाहते हैं। ये देश सार्क क्षेत्र को विशेषकर भारत को विपणन के एक बड़े बाजार के रूप में देखते हैं और अपना उद्देश्य भूमंडलीकरण^{*1} के माध्यम से पूरा करने का प्रयास कर रहे हैं। भारतीय अर्थव्यवस्था में 1991 से भूमंडलीकरण एवं उदारीकरण^{*2} नामक तत्वों को नयी आर्थिक नीति^{*3} के रूप में स्वीकार भी किया जा चुका है। वर्तमान अध्ययन को इस दृष्टि से भी प्रस्तुत किए जाने की योजना है।

भारत में नयी आर्थिक नीति का प्रथम चरण पूरा हो चुका है और यह दूसरे चरण (अवस्था) में प्रवेश कर चुकी है। प्रस्तुत आर्थिक नीति की प्रमुख विशेषता आयात एवं निर्यात तथा विपणन कार्य हेतु घरेलू अर्थ व्यवस्था में खुलापन का होना है। भारत में अपनाए गए इन उपायों को सार्क देशों के विशेष सदस्य में देखे जाने की प्रस्तुत शोध प्रबन्ध में आयोजना है।

सार्क के सदस्य देशों में भारत एक प्रधान एवं महत्वपूर्ण देश है। सम्पूर्ण सार्क क्षेत्र की जनसंख्या की दृष्टि से लगभग 76 प्रतिशत जनसंख्या तथा 73 प्रतिशत भूमि-क्षेत्र इसी देश के हिस्से में है। इसके अतिरिक्त, भारत सभी सदस्य देशों की तुलना में वस्तुओं के क्रय-विक्रय हेतु एक बड़ा बाजार भी अपनी घरेलू अर्थ व्यवस्था में समाये हुए है। लगभग 2000 निर्मित वस्तुओं के विपणन अथवा लेन-देन की चर्चा 1998 के 'कोलम्बो सम्मेलन' में

सार्क देशों द्वारा किए जाने का प्रस्ताव 'साफ्टा' के रूप में किया गया था। इसी सम्मेलन में यह भी सम्भावना व्यक्त की गयी थी कि 'साफ्टा' 2001 तक क्षेत्रीय मुक्त, व्यापार के रूप में 'नेटवर्क' का रूप ले लेगा। तब सार्क का स्वरूप बदलकर 'साफ्टा' का रूप धारण कर लेगा। प्रस्तुत शोध प्रबन्ध को इस कोण से भी देखे जाने की आयोजना है।

सार्क देशों में विश्व व्यापार के सापेक्ष अन्तः क्षेत्रीय व्यापार एवं विपणन का वितरण विश्व के कुल व्यापार एवं विपणन का लगभग 37 प्रतिशत है जिसमें भारत का हिस्सा लगभग 2% है। भारत तथा सार्क के अन्य सदस्य देशों में व्यापार एवं विपणन की प्रबल सम्भावनाएं मौजूद हैं। इस दृष्टि से भी प्रस्तुत शोध-प्रबन्ध में विश्लेषण की आयोजना है।

अन्तः क्षेत्रीय व्यापार एवं विपणन^{*1} हेतु प्रोत्साहन की क्रिया सार्क क्षेत्र के अंतर्गत औद्योगिक पुनर्निर्माण संयुक्त सट्टेबाजी एवं जोखिम, तकनीकी हस्तांतरण तथा निवेश पर विशेष बल देते हुए 'साफ्टा' के माध्यम से किया जाता है। सार्क क्षेत्र में इस प्रोत्साहन प्रक्रिया के अतिरिक्त अन्य सहयोगी क्रिया कलाप भी किए जाते हैं। ये क्रिया कलाप भुगतान एवं समाशोधन (क्लीयरिंग) व्यवस्था, व्यापार-वित्त, वाणिज्यिक गतिविधियों, विपणन प्रबन्धन सुविधाएं जैसे प्रबन्धकीय कौशल, विज्ञापन-कला एवं अन्य प्रचार माध्यमों का प्रयोग, दूर संचार एवं सेटलाइट तथा अन्य लेन-देन संबंधी सुविधाओं के विस्तार पर निर्भर हैं। प्रस्तुत अध्ययन प्राप्त निष्कर्षों के आधार पर सम्पूर्ण सार्क क्षेत्र में व्यापार एवं विपणन गति विधियों में सुधार एवं प्रसार हेतु एक 'नीति परक कार्य-सूची' को "एक्शन प्रोग्राम"^{*2} के रूप में प्रस्तुत किए जाने की आयोजना है। इससे न केवल भारत के विदेशी व्यापार एवं विपणन-व्यवस्था में सवर्द्धन होगा बल्कि वस्तुओं में भौतिक-अंतर संरचना का लाभ क्षेत्रीय पर्यटन तथा सुविधाओं का विकास-लाभ भी मिल सकेगा।

परिकल्पनाएं^{*3}

प्रस्तुत शोध प्रबन्ध भारत के विदेशी व्यापार नीति तथा विपणन-व्यवस्था का अध्ययन सार्क देशों के विशेष संदर्भ में करता है। इस हेतु अध्ययन में प्रयुक्त परिकल्पनाएं निम्नवत् हैं—

*1. Inter-regional Trade and Marketing

*2. Action Programmes

*3. Hypotheses

- 1 विश्व में जिस तरह से व्यावसायिक एवं आर्थिक गुट सदस्य राष्ट्रों के आर्थिक विकास में सहायक रहे हैं। दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग संगठन असफल रहा है।
- 2 भारत में भूमंडलीकरण एवं आर्थिक उदारीकरण नीतियों के परिप्रेक्ष्य में सार्क देशों द्वारा अपनायी गयी व्यापार एवं विपणन नीतियों अप्रासंगिक हैं।
- 3 अप्रासंगिक व्यापार एवं विपणन—व्यवस्था के फलस्वरूप विश्व व्यापार में सार्क के सदस्य देशों के व्यापार के अंश प्रत्याशा से कम है।
- 4 सार्क देशों में विपणन—लक्ष्यों की भिन्नता के कारण व्यापार नीतियों में परस्पर सामंजस्य का अभाव पाया जाता है।
- 5 सार्क देश अपनी व्यापार—एवं विपणन नीतियों को सार्क (दक्षेस) के चार्टर में उल्लिखित उद्देश्यों को ध्यान में रखकर नहीं बनाते।

1.4 अध्ययन विधि*¹

प्रस्तुत अध्ययन सार्क देशों के विशेष सदर्भ में भारत के विदेशी व्यापार नीति एवं विपणन—व्यवस्था से सम्बन्धित है। अतः सार्क देशों को अध्ययन के विषय—क्षेत्र के रूप में स्वीकार किया गया है। 'सार्क' देशों से भारत के विदेशी व्यापार की प्रवृत्तियों एवं संरचनाओं को भी प्रस्तुत अध्ययन के विषय क्षेत्र में सम्मिलित कर लिया गया है। इस तरह अन्तर्राष्ट्रीय विपणन (इंटरनेशनल मार्केटिंग) के महत्वपूर्ण विषय वस्तु "विदेशी व्यापार एवं विपणन व्यवस्था के विविध आयामों का एक समीक्षात्मक अध्ययन भारत तथा 'सार्क' देशों के बीच प्रस्तुत करना ही इस अध्ययन का मुख्य उद्देश्य है।

अध्ययन के उपागम*²

प्रस्तुत अध्ययन में अनुसंधान एवं सूचना पद्धति (रिसर्च एण्ड इनफार्मेशन सिस्टम्स) के आधार पर 'सार्क' के सदस्य देशों के मध्य भारत के व्यापार एवं विपणन नीतियों की व्याख्या की गयी है। सम्पूर्ण व्याख्या में व अन्तः क्षेत्रीय व्यापार प्रोत्साहन तथा "अन्य सहयोगी

*1 Methodology

*2. Approaches of the Study

क्रिया-कलापो" को व्यापार एवं विपणन सहयोग के सन्दर्भ में देखा गया है। प्रस्तुत अध्ययन की सम्पूर्ण व्याख्या इन्हीं उपागमों (एप्रोचेज) पर आधारित है।

अध्ययन की विधियाँ:^{*1}

विज्ञान तर्क (लॉजिक) पर आधारित होता है। तर्क की सहायता से हम "कारण-परिणाम सम्बन्ध" (काज-इफेक्ट रिलेशन) का अध्ययन कर सकते हैं अर्थात् एक निश्चित कार्य का सम्भावित परिणाम जान सकते हैं। इस सन्दर्भ में, तर्क की मुख्यतः दो विधियाँ हैं—(1) निगमन विधि (डिडक्टिव मेथड) तथा (2) आगमन विधि (इन डक्टिव मेथड)। निगमन विधि में तर्क का मार्ग "सामान्य से विशेष" की ओर होता है तथा आगमन विधि में तर्क का मार्ग "विशेष से सामान्य" की ओर होता है। तर्क की इन विधियों का सम्बन्ध 'उचित चिन्तन' के नियमों से संबंधित है जिनसे हमें "सत्य की खोज" करने में सहायता मिलती है। प्रस्तुत अध्ययन में अध्ययन की उक्त दोनों विधियों का प्रयोग किया गया है।

तार्किक विधि के अन्तर्गत सम्पूर्ण विश्लेषण तर्क के आधार पर शब्दों के रूप में अथवा वाचिक (वर्बल) होता है। इससे विश्लेषण में यथार्थ-भाव (इक्जैक्टनेस) तथा भाषा की स्पष्टता एवं सूक्ष्मता का अभाव उत्पन्न हो जाता है। अतः विश्लेषण को यथार्थ एवं तुलनीय बनाने की दृष्टि से सांख्यिकीय और/अथवा गणितीय विधियों में से अनुपात, प्रतिशत, गुणांक, रेखाचित्र, मानचित्र एवं तालिका आदि का प्रारम्भिक प्रयोग प्रस्तुत अध्ययन को प्रामाणिक एवं बोधगम्य बनाने के लिए किया गया है।

सम्पूर्ण प्रस्तुति में विभिन्न प्रतिवेदनो, प्रकाशनो, आदि प्रकाशित स्रोतों पर आधारित द्वितीयक समंको (सेकेण्डरी स्टैटिस्टिक्स) का प्रयोग किया गया है। समंको को सकलित करने के प्रमुख स्रोत निम्नलिखित हैं—

1. वर्ल्ड डेवलपमेंट रिपोर्ट, विश्व बैंक
2. डायरेक्शन ऑफ ट्रेड स्टैटिस्टिक्स ईयर बुक, अन्तर्राष्ट्रीय मुद्रा कोष
3. ट्रेड एण्ड डेवलपमेंट रिपोर्ट, संयुक्त राष्ट्र
4. भारतीय आर्थिक समीक्षा, भारत सरकार

अध्ययन की सीमा*¹

प्रस्तुत प्रबन्ध की अध्ययन परिधि (डोमेन) “भारतीय विदेश व्यापार नीति एवं विपणन-व्यवस्था-सार्क देशों के विशेष सदर्भ में” शीर्षक से स्वतः स्पष्ट है। अर्थात् हमारे अध्ययन की सीमा है—भारत एवं अन्य ‘सार्क’ देशों के मध्य विदेशी व्यापार तथा व्यापार व विपणन नीतियों का मूल्यांकन। इस अध्ययन के सन्दर्भ में अन्य ‘सार्क’ देश हैं—पाकिस्तान, बांगलादेश, श्रीलंका, नेपाल, भूटान एवं मालदीव। इनमें श्रीलंका एवं मालदीव, द्वीप समूह हैं, शेष सभी “स्वतन्त्र राष्ट्र” हैं जिनमें भारत का वर्चस्व है।

अध्ययन की अवधि*²

‘सार्क’ का प्रादुर्भाव 8 दिसम्बर 1985 को हुआ है। अतः समको की उपलब्धता के आधार पर सम्पूर्ण अध्ययन को सामान्यतः 1985–2000 की अवधि से सम्बन्धित रखने का प्रयास किया गया है। किन्तु नवम्बर 1999 से सार्क लगभग निष्क्रिय बना हुआ है। पाकिस्तान में सैनिक तख्तापलट होने की वजह से 1999 में नेपाल की राजधानी काठमाडू में होने वाले ग्यारहवें शिखर सम्मेलन को स्थगित करना पड़ा था। इस तरह विश्लेषण हेतु समको की अद्यतन उपलब्धता में व्यावहारिक कठिनाइयाँ हैं। अतः सम्पूर्ण विवेचना में जिस अवधि के अद्यतन समंक उपलब्ध हुए हैं, उन्हीं के आधार पर सम्पूर्ण व्याख्या को प्रस्तुत किया गया है।

1.5 प्रस्तुत अध्ययन की योजना*³

इस अध्ययन को कुल नौ अध्यायों में प्रस्तुत किया गया है। इनमें प्रस्तुत अध्याय—1 ‘विषय प्रवेश’ (इंट्रोडक्शन) पर है जिसमें ‘अन्तर्राष्ट्रीय विपणन’ (इंटरनेशनल मार्केटिंग) के महत्वपूर्ण विषय वाणिज्य, विपणन—व्यवस्था (विपणन—प्रबन्ध) एवं क्षेत्रीय व्यापारिक सहयोग पर विहंगम दृष्टि डालते हुए इस शोध—प्रबन्ध के उद्देश्य, तथा अध्ययन—विधि (मैथ डलॉजी) का उल्लेख किया गया है।

अध्याय—2 ‘विश्व के विभिन्न आर्थिक संगठन’ पर है जो विभिन्न व्यापारिक एवं आर्थिक संगठनों का सामान्य परिचय कराता है। इन सहयोग संगठनों की प्रकृति देखने से विविध

*1 Domain of the Study

*2 Period of the Study

*3 Plan of the Study

प्रकार की लगती है किन्तु सबका उद्देश्य एक लगता है—क्षेत्रीय व्यापार एवं विपणन—व्यवस्था में विस्तार। इस तरह इन सगठनों से “विविधता में एकता” का भाव प्राप्त होता है।

अध्याय—3 दक्षिण एशिया के महत्वपूर्ण क्षेत्रीय सगठन सार्क (दक्षेस) के उद्देश्य क्रिया प्रणाली आदि का सामान्य परिचय कराता है। यह अध्याय ‘सार्क’ देशों के क्षेत्रीय व्यापार सहयोग एवं विपणन—व्यवस्था पर भी प्रकाश डालता है।

अध्याय—4 दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग सगठन अर्थात् ‘सार्क’ के सदस्य देशों के बारे में है। प्रस्तुत अध्याय सार्क देशों का भौगोलिक, सामाजिक एवं राजनीतिक परिचय कराता है। साथ ही, सदस्य देशों की व्यापार, विपणन एवं अन्य आर्थिक नीतियों पर भी प्रकाश डालता है।

अध्याय—5 का विषय है—‘भारत की विपणन व्यवस्था एवं व्यापार—प्रवृत्तियों’। इस अध्याय में व्यापार एवं विपणन के संदर्भ में सार्क की स्थिति को भारत के परिप्रेक्ष्य में देखा गया है। इसी अध्याय में भारत की विपणन—व्यवस्था एवं विदेशी व्यापार प्रवृत्तियों की समीक्षा अन्य क्षेत्रीय व्यापारिक गुटों के संदर्भ में की गई है।

अध्याय—6 का शीर्षक ‘भारत का विदेश—व्यापार एवं अन्य सार्क देश’ है। इस अध्याय में विदेशी व्यापार में सार्क देशों का विश्व में स्थान सुनिश्चित करते हुए भारत—श्रीलंका, भारत—नेपाल, भारत—बांग्लादेश, भारत—पाकिस्तान, भारत—भूटान तथा भारत—मालदीव के बीच व्यापार प्रवृत्तियों तथा विपणन—व्यवस्था की समीक्षा प्रस्तुत की गई है।

अध्याय—7 ‘व्यापार एवं विपणन नीतियों का मूल्यांकन’ प्रस्तुत करता है। इस अध्याय में सार्क के सदस्य देशों द्वारा अपनाई गई नीतियों की समीक्षा सवृद्धि एवं विकास के संदर्भ में की गयी है।

अध्याय—8 ‘निष्कर्ष एवं सुझाव’ पर है जिसमें इस अध्ययन से प्राप्त निष्कर्षों एवं सुझावों का विकास के परिप्रेक्ष्य में प्रस्तुत किया गया है।

अंतिम अध्याय—9 में अध्ययन के उपसंहार को प्रस्तुत किया गया है जिसमें इस तथ्य पर प्रकाश डाला गया है कि सार्क क्षेत्र में वगैर राजनीतिक सौहार्द को कायम किए व्यापार, विपणन एवं विकास के उद्देश्यों को प्राप्त नहीं किया जा सकता। इस संदर्भ में सार्क के राजनीतिक पहलुओं पर संक्षेप में प्रकाश डाला गया है जिससे शांति स्थापना तथा व्यापारिक

एव विपणन-व्यवस्था की सवृद्धि में मदद मिल सके।

इस अध्ययन के अन्त में 'पूर्व' साहित्य (विब्लियो ग्रैफी) की एक प्रामाणिक सूची तथा दो परिशिष्टियाँ दी गयी हैं। ये परिशिष्टियाँ हैं—

- 1 सार्क का चार्टर
- 2 अद्यतन खबरे— समाचार पत्रों से।

टिप्पणी एवं संदर्भ

- 1 "... Commercial occupations deal with the buying and selling of goods, the exchange of commodities and the contribution of the finished products." -Evelyn Thomas
- 2 "... Commerce embraces all those processes, which help to break the barriers between producers and consumers. It is the sum total of those processes, which are engaged in the removal of hindrances of persons (trade), Place (transport and insurance) and time (warehousing) in the exchange (banking) of commodities," -James Stephenson
- 3 'व्यवस्था' शब्द का प्रयोग प्रबन्ध (मैनेजमेन्ट), जैसे-विपणन-व्यवस्था अथवा / विपणन-प्रबन्ध के रूप में तथा पद्धति (सिस्टम), जैसे-अर्थ व्यवस्था, कर-व्यवस्था (टैक्स-सिस्टम), विपणन-व्यवस्था (मार्केटिंग सिस्टम) के रूप में आधुनिक वाणिज्य एवं आर्थिक गतिविधियों के अन्तर्गत किया जाता है। अतः व्यवस्था का अर्थ प्रबन्ध से व्यापक है किन्तु व्यवहार में व्यवस्था एवं प्रबन्ध दोनों को पर्यायवाची मानकर प्रयोग किया जाता है।
4. "Marketing Management is the Marketing concept in action"
5. "Marketing Management is that field of business activity involving the establishment and execution of the plans of all the phases or steps of a complete sales campaign."
-Lewis K. Johnson : Sales and Marketing Management, p.30.
6. "Specifically marketing management includes within its scope, the analysis, formulation and execution of plans concerning the product, the markets to be covered, the distributive methods to be used, the type of organisation of the sales division, the functions of sales management, the advertising campaign, sales promotion work and the techniques of sales control." -Lewis K. Johnson : Sales and Marketing Management, p.30.
7. "... the approach to marketing from managerial side is referred to as marketing management."
8. "Marketing Management is the analysis, planning implementation and control of programmes designed to bring about desired exchange with target audiences for the purpose of personal or mutual gain. It relies heavily on the adaptation and co-ordination of product, price, promotion and place for achieving effective response."
-Philip Kotler : Marketing Management, p.13.
9. "Marketing management is concerned with the direction of purposeful activities towards the attainment of marketing goals." -Cundiff & Still : Basic Marketing, p.68.

- 10 "Having thus formulated ideas of the meaning of marketing and management, it is not difficult to interpret 'marketing management' as a composite or merger of the two ideas and the 'marketing (management) concept' as the orientation of all marketing functions to wards the customer, and the marketing of all management decisions in the light of customer needs and for the purpose of satisfying these needs at minimum expense, with optimum sales volume and profits " -Lazo & Corbin Management in Marketing, p 74.
- 11 Marketing Management can be defined as "the process of ascertaining consumer needs, converting them into products or services and then moving the product or service to the final consumer or user to satisfy such needs and wants of specific customer segment or segments with emphasis on profitability ensuring the optimum use of the resources available to the organisation."
-R S Davar Modern Marketing Management, p 7.
- 12 "A more effective advertising-selling relationship slowly emerged from many trial-and-error experiments-the concept of marketing management in its broadest connotation was gradually and quietly unfolding."
-Lewis K. Johnson : Sales & Marketing Management, p.16
- 13 "The marketing concept is a customer orientation backed by integrated marketing aimed at generatiy stomer satisfaction as the key to satisfying organizational goals."
-Philip Kotler : Marketing Management, p.81.
14. Philip Kotler : Management, Page 24
15. Cundiff and Still · Basic Marketing, Page 69
16. "...it is important to emphasise that in international realtions a region is in variably an area embracing the territories of three or more states. The States are bound together by ties of common interests as well as of geography. They are not necessarily contiguous or even in the same continent."- Palmer and Perkins :
17. "An international region consists of areas of number of countries which at least for one purpose distinguish it from other areas"-Schleicher.
18. Regionalism is the concept of organising states of an area, of a similar needs, or with common perceptions regarding an issue or problem or goal and with a view of to seccure measures for securing the desired ojective/objectives.
19. "A Regional System is a long term agreement between two or more states providing for common political, military or economic action in specific circumstances, provided the commitment extending to a defined areas or specific states." Haus & Whiting.
20. "A regional arrangement or pact is a voluntary association of sovereign states within a certain for a joint purpose, which should not be of an area or having cammon interests in that area affensive nature in relation to that area." -Dr. E.N. Van Kleffens : "regionalism and Political Pacts" in the American Journal of International Law (oct.49).

अध्याय-2

विश्व के क्षेत्रीय आर्थिक संगठन

आधुनिक औद्योगिक समाज एवं आर्थिक विकास का आधार अन्तर्राष्ट्रीय (विदेश) व्यापार एवं विपणन है। विदेश-व्यापार एवं विपणन से विनिमय के दोनों पक्षों को लाभ होता है। इससे औसत उत्पादन लागत में कमी करके लाभ प्राप्त किया जा सकता है। जिस प्रकार घरेलू बाजार में विनिमय कार्य करके दोनों पक्षों (देशों) की जरूरतों को पूरा किया जाता है, विदेशी व्यापार एवं विपणन-व्यवस्था से भी दो देशों के हितों की पूर्ति की जाती है।

विश्व मंच पर विभिन्न देशों की अनेक समस्याएँ अन्तर्राष्ट्रीय सहयोग द्वारा हल की जा सकती हैं। इसी बात को ध्यान में रखकर अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार एवं/विपणन को प्रोत्साहित करने तथा उनसे सम्बन्धित समस्याओं को हल करने के लिए अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर अनेक संस्थाओं, सघों एवं संगठनों का गठन किया गया है। इनमें अन्तर्राष्ट्रीय तरलता की समस्या एवं विश्व व्यापार के सन्दर्भ में 'अन्तर्राष्ट्रीय मुद्रा कोष'¹ 'विश्व बैंक'² 'प्रशुल्क एवं व्यापार विषयक सामान्य समझौते, (गैट)³ 'व्यापार एवं विकास विषयक संयुक्त राष्ट्र सम्मेलन (अंकटाड)⁴ 'विश्व व्यापार संगठन'⁵ आदि महत्वपूर्ण हैं। इनकी कार्यप्रणाली से प्रभावित होकर यूरोप, अमरीका, अफ्रीका, एशिया में क्षेत्रीय स्तर के अनेक संस्थाओं, सघों, संगठनों एवं गुटों की स्थापना हुई। यूरोपीय साझा बाजार,⁶ अथवा यूरोपीय आर्थिक समुदाय,⁷ यूरोपीय मुक्त व्यापार संघ,⁸ यूरोपीय आर्थिक सहयोग एवं विकास संगठन,⁹ उत्तरी अमेरिका मुक्त व्यापार समझौता (नाफ्टा),¹⁰ लैटिन अमेरिकी एकीकरण संघ,¹¹ पश्चिम अफ्रीकी देशों का आर्थिक समुदाय,¹² दक्षिणी-पूर्वी एशियाई राष्ट्रों का सघ (एसियान),¹³ तथा दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग संगठन (साक)¹⁴ आदि के नाम उल्लेखनीय हैं।

प्रस्तुत अध्याय-2 क्षेत्रीय स्तर पर बनाये गये इन्हीं संगठनों पर एक विहगम दृष्टि डालता है इस अध्याय के अनुभाग 2.1 में क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग की पृष्ठभूमि, अनुभाग 2.2 में क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग का आशय, अनुभाग 2.3 में क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग के प्रमुख वर्गीकरण एवं अनुभाग 2.4 में क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग के मुख्य संगठनों पर, (1) यूरोपीय आर्थिक सहयोग संगठन (2) अमरीकी आर्थिक सहयोग संगठन (3) अफ्रीकी आर्थिक सहयोग संगठन तथा (4) एशियाई आर्थिक सहयोग

सगठन नामक शीषको में विभक्त करके प्रकाश डाला गया है। अंतिम अनुभाग 25 क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग के उपागमों (एप्रोचेज) पर प्रकाश डालता है।

2.1 क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग की पृष्ठभूमि

क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग की पृष्ठभूमि निम्न दो बिन्दुओं पर आश्रित है

- (1) आर्थिक आकार को वृहद् बनाने के लिए राजनीतिक आर्थिक सहयोग आवश्यक— वर्तमान समय में उत्पादन का पैमाना काफी विस्तृत हो गया है। इसके फलस्वरूप उत्पादक इकाइयों की केवल बड़े बाजारों की ही आवश्यकता नहीं है बल्कि क्रय शक्ति का वितरण इस प्रकार हो कि वृहद् स्तर पर वस्तुओं को बेचा जा सके। यदि कोई देश आकार एवं जनसंख्या की दृष्टि से छोटा है तो वह बड़े पैमाने की बचतें तभी प्राप्त कर सकता जब उसका बाजार देश की सीमाओं के बाहर अन्य देशों तक व्याप्त हो। यह तभी सम्भव है जब सभी पड़ोसी देश एक दूसरे का आर्थिक सहयोग करें।

आर्थिक शक्ति की प्राप्ति एवं राजनीतिक श्रेष्ठता में गहरा सम्बन्ध है। इस आधार पर विभिन्न देशों का आर्थिक आकार उनके परस्पर सहयोग राजनीतिक एवं आर्थिक सहयोग पर निर्भर करता है। इस तरह का सहयोग आर्थिक आकार का कृत्य (फक्शन) बन जाता है। सारांश यह है कि आर्थिक आकार को वृहद् बनाने के लिए राजनीतिक आर्थिक सहयोग आवश्यक है।

- (2) विश्व मंच पर यूरोप का अनुभव— विश्व युद्धों ने इस धारणा को जन्म दिया है कि 'संगठित यूरोप' के माध्यम से ही यूरोप में शक्ति संतुलन विद्यमान रखा जा सकता है सम्भवतः यह धारणा सोवियत रूस में साम्यवाद की स्थापना तथा उसके द्वारा अन्तर्राष्ट्रीय साम्यवाद की वकालत की एक प्रक्रिया मात्र थी। यदि इस स्थिति में यूरोप के बिखरे हुए देश अलग-अलग रहते तो सम्भवतः साम्यवादी शक्तियाँ उन पर प्रभावी (हावी) हो गयी होती। इसी परिस्थिति ने यूरोप के गैर साम्यवादी देशों (नान-कम्युनिष्ट कंट्रीज) को संगठित होने के लिए विवश कर दिया।

द्वितीय विश्व युद्ध के पश्चात् वृहद् यूरोप के लिए बढ़ती हुई आवश्यकता वस्तुतः राजनीतिक एवं आर्थिक घटना चक्रों की उपज मात्र थी। यद्यपि सभी लोग जानते थे कि यूरोप के देशों का एकीकरण एक लम्बी प्रक्रिया है तथा इसमें अधिक समय लगेगा फिर भी इस दिशा में प्रयास करना आवश्यक समझा गया। प्रारम्भ में यह अनुमान था कि आर्थिक एकीकरण की प्रक्रिया में राजनीतिक एकीकरण की अपेक्षा कम बाधाएं आयेंगी, परन्तु धीरे-धीरे इस प्रक्रिया में उपस्थित होने

वाली परिस्थितियों से यह स्पष्ट हो गया कि आर्थिक सहयोग वस्तुतः राजनीतिक सहयोग से भी कठिन है। अतः इसके लिए आवश्यक है कि आर्थिक सहयोग का दृष्टिकोण 'एक पक्षीय' न होकर 'बहुपक्षीय' हो तथा प्रत्येक देश अन्य सभी देशों की आकांक्षाओं को भी समझे और उन्हें सहयोग प्रदान करे। यूरोप में ऐसा सम्भव होने के कारण ही अन्य क्षेत्रों की अपेक्षा वहाँ 'क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग' सफल हुआ।

2.2 क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग का आशय

क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग से आशय उन संस्थाओं, संघों एवं संगठनों की सक्रिय भूमिका से है जो क्षेत्रीयतावाद की अवधारणा के अन्तर्गत आते हैं। इस सन्दर्भ में 'क्षेत्रीय संगठन' शब्द का प्रयोग अधिक प्रचलन में है किन्तु इसके लिए 'क्षेत्रीय प्रबन्ध' 'क्षेत्रीय व्यवस्था' क्षेत्रीय संघ, क्षेत्रीय समझौता, और सीमित अन्तर्राष्ट्रीय संगठन आदि शब्दों का भी प्रयोग किया है।

क्षेत्रीय संगठन ऐसे विभिन्न राज्यों का एक स्थायी अथवा दीर्घकालीन समूह संगठन है जो अपनी सादृश्यता, भौगोलिक समीपता, हितों की समानता (भाषाई, ऐतिहासिक, राजनीतिक, सांस्कृतिक एवं आर्थिक हितों की समानता) के कारण या फिर किसी झगड़े को, जो उनके बीच पैदा हो जाता है, शान्तिपूर्ण ढंग से सुलझाने के लिए अथवा अपने क्षेत्र में शान्ति स्थापित करने के लिए सामूहिक रूप से उत्तरदायी होते हैं।

2.3 क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग का वर्गीकरण:

क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग को मुख्य रूप से पाँच भागों में वर्गीकृत किया जाता है—

1. आर्थिक संघ*¹

क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग का वर्गीकरण आर्थिक सहयोग की नियोजित सीमा पर आधारित है। जब कुछ देश पूर्ण रूप से अपनी अर्थव्यवस्थाओं को एकीकृत कर लेते हैं तो उसे 'आर्थिक संघ' की संज्ञा दी जाती है। आर्थिक संघ में सदस्य देशों के मध्य पूँजी, श्रम, वस्तुओं एवं सेवाओं का राष्ट्रीय सीमाओं के बन्धनों के अतिरिक्त स्वतन्त्र रूप से आवागमन होता है। आर्थिक संघ के सभी सदस्य देशों की आर्थिक नीतियाँ, एकीकृत समरूप, एवं सामूहिक रूप से निर्धारित की हुई होती है। 'यूरोपीयन साझा बाजार,' 'बेनेलेक्स,' आर्थिक संघ के प्रमुख उदाहरण हैं। बेनेलेक्स में बेल्जियम,

*1. Economic Union

नीदरलैंड्स, तथा लक्जमबर्ग को सम्मिलित किया गया है। वर्तमान समय में 'यूरोपीय साझा बाजार' की सदस्य संख्या बढ़कर 'बारह' हो गयी है।

आर्थिक संघ इस सिद्धान्त पर आधारित है कि इसमें 'कस्टम यूनियन' के अतिरिक्त व्यक्तियों, वस्तुओं एवं साधनों का स्वतन्त्र आवागमन, सामूहिक परिवहन सुविधाएँ, सामूहिक कृषि नीतियाँ, एकीकृत आर्थिक नीतियाँ, असन्तुलित भुगतान सन्तुलन में सुधार करने हेतु सामूहिक उपायों को कार्यान्वित, सामूहिक आर्थिक विकास बैंक की स्थापना (यूरोपीयन विनियोग बैंक), प्रतियोगिता में वृद्धि हेतु नियमों का निर्माण तथा श्रम की गतिशीलता एवं रोजगार में वृद्धि करने हेतु सामाजिक कोष की स्थापना आदि का समावेश किया गया है। वस्तुतः आर्थिक सहयोग की पराकाष्ठा 'आर्थिक संघ' में ही परिलक्षित होती है।

2. कस्टम यूनियन*¹

कस्टम यूनियन के अन्तर्गत दो या अधिक कस्टम सीमाओं के स्थान पर एक कस्टम सीमा का निर्धारण किया जाता है। कस्टम यूनियन की स्थापना मुख्य रूप से निम्न दो उद्देश्यों से की गयी है—

(1) विदेशी व्यापार में विद्यमान प्रशुल्क दरों तथा अन्य नियमों को समाप्त करना:

कस्टम यूनियन के सदस्य देश एक दूसरे के साथ व्यापार करते समय अधिकांश वस्तुओं पर कोई 'प्रशुल्क' नहीं लगाते हैं। यह बात सदस्य देशों में उत्पादित वस्तुओं के आवागमन पर ही लागू होती है।

(2) संघ के बाहर वाले देशों के साथ व्यापार करने पर समान दरों पर प्रशुल्क की

वसूली: कस्टम यूनियन की स्थापना इस उद्देश्य से किया गया है कि जो देश कस्टम यूनियन में शामिल नहीं हैं उनसे आयातित वस्तुओं पर प्रशुल्क लिया जायेगा, किन्तु प्रशुल्क की दर सभी सदस्य समान रखेंगे।

जे० ई० मीड के अनुसार— "कस्टम यूनियन एक ऐसा संगठन है जिसमें कस्टम देशों के बीच तो वस्तुओं व सेवाओं का पूर्ण रूप से स्वतन्त्र आवागमन होता है, किन्तु बाहरी जगत तथा यूनियन सदस्य देशों के बीच वस्तुओं व सेवाओं का व्यापार प्रशुल्क नीति के अधीन होता है।"

*1. Costum Union

जेकब वाइनर के अनुसार—“कस्टम यूनियन की स्थापना से दो प्रमुख प्रभावों की उत्पत्ति होती है, जिनकी व्याख्या निम्न है—

(क) उत्पादन प्रभाव

जेकब वाइनर के अनुसार इसके अन्तर्गत व्यापार—सृजन प्रभाव तथा व्यापार विवर्तन प्रभाव को सम्मिलित किया गया है। व्यापार सृजन के अन्तर्गत वे प्रभाव आते हैं जो सदस्य देशों द्वारा परस्पर व्यापार पर विद्यमान प्रशुल्क को समाप्त करने से उनके व्यापार में हुई वृद्धि के रूप में परिलक्षित होता है। व्यापार में इस वृद्धि के फलस्वरूप ये सदस्य देश विशिष्टीकरण के लिए प्रवृत्त होंगे तथा प्रत्येक देश अपने तुलनात्मक लाभ के अनुरूप विशिष्ट वस्तुओं का उत्पादन बढ़ायेगा और इस प्रकार व्यापार में वृद्धि के फलस्वरूप उत्पादन में वृद्धि होगी। परन्तु जैकब वाइनर का यह भी कहना है कि परस्पर व्यापार में प्रशुल्क समाप्ति के साथ ही कस्टम यूनियन अन्य देशों के व्यापार पर भारी आयात कर तथा प्रतिबन्ध लगाते हैं जिसके फलस्वरूप उनकी प्रतियोगितात्मक शक्ति क्षीण हो जाती है और आयातों में कमी के कारण उनके निर्यात व्यापार में भी कमी हो जाती है। यही कस्टम यूनियन का “व्यापार विवर्तन प्रभाव” है। अन्ततः व्यापार सृजन तथा व्यापार विवर्तन का अन्तर ही ‘कस्टम यूनियन’ का शुद्ध प्रभाव कहलाता है।

(ख) उपभोग प्रभाव

कस्टम यूनियन का सदस्य देशों के लोगों के उपभोग पर अनुकूल प्रभाव पड़ता है क्योंकि पारस्परिक व्यापार में विद्यमान प्रशुल्क दरों के समाप्त हो जाने के कारण वस्तुओं की कीमतें कम हो जाती हैं। इसके विपरीत दूसरे देशों से आयातित वस्तुएं या तो उँची दरों के कारण महंगी हो जायेगी अथवा उनका आयात बन्द हो जायेगा जिसका उपभोग पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ेगा। इसके अतिरिक्त कस्टम यूनियन के अन्य प्रभाव निम्नवत हैं—

1. सदस्य देशों के बीच स्वतन्त्र व्यापार के फलस्वरूप प्रत्येक उत्पादक इकाई को अन्य सदस्य देशों के उत्पादकों से स्पर्धा करनी होगी जिससे सभी की दक्षता में वृद्धि होगी।
2. सदस्य देशों की इकाइयों द्वारा क्षमता में विस्तार करने से उन्हें पैमाने की बचतें प्राप्त होगी।
3. स्पर्धा में वृद्धि के साथ उत्पादक इकाइयों द्वारा शोध तथा आविष्कार की प्रवृत्ति में वृद्धि होगी।
4. अन्य देशों की तुलना में कस्टम यूनियन के व्यापार करने की क्षमता काफी सुदृढ़ होगी,

जिसके कारण ये विदेशी व्यापार में अन्य देशों को अपनी शर्तें मानने के लिए बाध्य कर देंगे।

- 5 यदि कस्टम यूनियन के सदस्य देश समृद्ध एवं विकसित हैं तो निश्चित रूप से उनके परस्पर सहयोग से सदस्य देशों एवं उनसे सम्बन्धित अन्य देशों को लाभ मिलेगा। इसके साथ ही साथ शीत-युद्ध में कमी एवं विश्व शान्ति का मार्ग प्रशस्त होगा।
- 6 कस्टम यूनियन के सदस्य देशों में व्यापार के साथ राष्ट्रीय आय, निवेश, रोजगार आदि में वृद्धि होगी।

कस्टम यूनियन का सबसे प्रमुख एवं शक्तिशाली उदाहरण “यूरोपीय साझा बाजार” है जो एक ओर समवेत नीतियाँ बनाकर उन्हें लागू करने में सफल नहीं हो पाया है दूसरी ओर विकासशील देशों पर इस यूनियन का अनावश्यक दबाव बढ़ता जा रहा है।

इससे स्पष्ट है कि आर्थिक एकीकरण, आर्थिक संघ की तुलना में कस्टम यूनियन के अन्तर्गत कमजोर होता है। कस्टम यूनियन में केवल सदस्य देशों के पारस्परिक व्यापार क्षेत्र में प्रशुल्क दरों को समाप्त किया जाता है, किन्तु पूँजी श्रम व सेवाओं का स्वतन्त्र आवागमन नहीं होता है।

3. मुक्त व्यापार क्षेत्र*¹

मुक्त व्यापार क्षेत्र, आर्थिक यूनियन एवं कस्टम यूनियन से भिन्न होता है क्योंकि इसके अन्तर्गत देश में उत्पादित वस्तुओं का दो या दो से अधिक देशों के बीच होने वाले परस्पर समस्त व्यापार को प्रशुल्क दरों से मुक्त कर दिया जाता है, लेकिन कस्टम यूनियन के अन्तर्गत यूनियन से बाहर के देशों के साथ-साथ होने वाले व्यापार के लिए सभी सदस्य देश समान प्रशुल्क दर अपनाते हैं, जबकि मुक्त व्यापार क्षेत्र में प्रत्येक सदस्य देश, बाहरी देशों के साथ व्यापार के लिए अपनी इच्छानुसार प्रशुल्क नीति अपनाते हैं। यूरोपीयन मुक्त व्यापार संघ,*² लैटिन अमरीकी व्यापार संघ*³ इसके प्रमुख उदाहरण हैं।

अतः स्पष्ट है कि मुक्त व्यापार क्षेत्र सदस्य देशों के लिए सुविधाजनक है क्योंकि सदस्य देश परस्पर स्वतन्त्र व्यापार करते हैं किन्तु बाहरी देशों के लिए अपनी इच्छानुसार प्रशुल्क दरें एवं

*1. Free Trade Area

*2. European Free Trade Association - 'EFTA'

*3. Latin American Free Trade Association - 'LAFTA'

व्यापार नीतियां लागू करने के लिए स्वतन्त्र होते हैं। इस प्रकार आपस में साझा बाजार का लाभ उठाते हुए भी वे किसी सीमा तक स्वतन्त्र व्यापार नीति लागू कर सकते हैं।

4. आंशिक आर्थिक एकीकरण

जब एक वस्तु अथवा वस्तुओं के समूहों के विषय में साझा बाजार स्थापित किया जाता है तो उसे आंशिक अथवा 'क्षेत्रीय आर्थिक एकीकरण' कहते हैं। 'यूरोपीयन कोयला तथा इस्पात समुदाय' इसका प्रमुख उदाहरण है। क्षेत्रीय आर्थिक एकीकरण के अन्तर्गत सम्बद्ध वस्तु अथवा वस्तुओं के आयात तथा निर्यात पर कोई प्रशुल्क नहीं लगाया जाता और न ही किसी प्रकार के 'अभ्यर्थ' प्रतिबन्ध, भेदभावपूर्ण नीतियां, अनुदान अथवा राजकोषीय सहायता अथवा प्रतियोगिता रोकने वाले उपायों जैसे बाजार का विभाजन आदि का कोई अस्तित्व रहता है।

5. दीर्घकालीन व्यापार अनुबन्ध

दीर्घकालीन व्यापार अनुबन्ध भी एक प्रकार का द्विपक्षीय क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग संगठन है। इसके अन्तर्गत दो देश एक या एक से अधिक वस्तुओं के सन्दर्भ में व्यापार करने के लिए सहमत होते हैं। यह आर्थिक सहयोग की सबसे शिथिल विधि है। प्रायः दीर्घकालीन अनुबन्ध एक वर्ष से अधिक समय के लिए किया जाता है। जैसे भारत ने जापान के साथ पाँच वर्ष की अवधि के लिए कच्चे लोहे की पूर्ति हेतु एक अनुबन्ध किया था। इस प्रकार के अनुबन्ध द्वारा निर्दिष्ट मूल्यों पर निर्दिष्ट मात्रा में वस्तु विशेष का निर्यात करना सम्भव हो जाता है। जिससे भुगतान सन्तुलन में एक प्रकार की स्थिरता आ जाती है। इसके अतिरिक्त भविष्य में निर्यात आय की निश्चितता हो जाती है जिससे देश की सरकार अग्रिम योजनाएं बना सकती है। इसके विपरीत कभी-कभी इससे अनुबन्ध करने वाला कोई एक देश वस्तु विशेष के मूल्य में होने वाले उतार-चढ़ाव से लाभ उठाने से वंचित हो जाता है।

2.4 क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग के संगठन

क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग के प्रमुख संगठन निम्न हैं—

I यूरोपीय आर्थिक सहयोग संगठन:

यूरोपीय देशों के आर्थिक सहयोग के प्रमुख संगठनों का संक्षिप्त विवरण निम्नवत है—

(1) यूरोपीय आर्थिक समुदाय*¹

इसे यूरोपीय साझा बाजार*² भी कहते हैं। यूरोपीयन आर्थिक समुदाय का जन्म यूरोप के

देशों में एकता स्थापित करने की इच्छा के फलस्वरूप हुआ था। 'लीग ऑफ नेशन्स,' यूरोपीय कोयला तथा इस्पात समुदाय (1952), 'यूरोपीयन अणुशक्ति समुदाय' तथा रोमसन्धि आदि की सफलता से प्रेरित होकर 'आर्थिक क्षेत्र' में भी एकता प्राप्त करने के उद्देश्य से 'यूरोपीयन आर्थिक समुदाय' की स्थापना की गयी। यह समुदाय 1958 से कार्य कर रहा है। वर्तमान समय में यूरोपीय आर्थिक समुदाय के सदस्यों की संख्या पन्द्रह (15) है। इसके सदस्य देश फ्रान्स, जर्मनी, इटली, बेल्जियम नीदरलैण्ड्स, लक्जेंबर्ग, इंग्लैण्ड, डेनमार्क, नार्वे, ग्रीस, स्पेन, पुर्तगाल, आस्ट्रिया, फिनलैण्ड तथा स्वीडन हैं। इसका मुख्यालय 'ब्रुसेल्स' (बेल्जियम) में है।

यूरोपीय आर्थिक समुदाय का उद्देश्य सम्पूर्ण समुदाय की आर्थिक क्रियाओं में एक रूप विकास समन्वय, सन्तुलित विस्तार, आर्थिक स्थिरता सहित आर्थिक विकास तथा रहन-सहन के स्तर में तीव्र गति से वृद्धि करना है।

यूरोपीय आर्थिक समुदाय अब एक पूर्ण सीमा सघ बन चुका है। सदस्य देशों के मध्य होने वाले व्यापार पर सीमा शुल्क पूर्ण रूप से समाप्त हो गया है तथा बाहरी देशों के आयातों पर सामान्य प्रशुल्क की दीवार खड़ी कर दी गयी है। इसके साथ-साथ साझा बाजार के उद्देश्यों की प्राप्ति हेतु 'यूरोपीय सामाजिक कोष' एवं 'यूरोपीय निवेश कोष' की भी स्थापना की गयी है। इन कोषों की सहायता से यूरोपीय आर्थिक समुदाय के उद्देश्यों की प्राप्ति में अवश्य ही मदद मिलेगी।

यूरोपीय साझा बाजार अथवा यूरोपीय समुदाय एवं विकासशील राष्ट्र

यूरोपीय साझा बाजार ने विकासशील देशों की सहायता करने के लिए 'ब्रूसेल्स सम्मेलन' में निम्न दो प्रस्ताव पारित किये— (1) विकासशील देशों को आर्थिक सहायता प्रदान करना तथा (2) विकासशील देशों को तकनीकी सहायता प्रदान करके आवश्यकता की सस्ती वस्तुएं प्रदान करना। इसी क्रम में व्यापार विस्तार की दृष्टि से 'भारत व साझा बाजार' के मध्य अनेक समझौते हुए। इन समझौतों के फलस्वरूप साझा बाजार और भारत के आर्थिक सम्बन्धों में महत्वपूर्ण विकास हुआ है। इस सम्बन्ध में 1980 में निम्न विकासात्मक कदम उठाये गये—

1. भारत सरकार यूरोपीय आयोग के साझे में फरवरी 1980 में ब्रूसेल्स में भारत व्यापार केन्द्र की स्थापना की गयी। इस केन्द्र में जूट निर्मित वस्तुएं, इलेक्ट्रानिक उत्पाद, इंजीनियरिंग—

*1. European Economic Community - E.E.C

*2. European Common Market - E.C.M

सूती कपड़े, चर्म निर्मित वस्तुओं के निर्यात से सम्बन्धित पाँच विशेषज्ञों की नियुक्ति से भारत के व्यापार सम्बर्द्धन का कार्यक्रम अधिक मजबूत हुआ है।

- 2 यूरोपीय साझा बाजार द्वारा प्रतिवर्ष 4 लाख डालर की वित्तीय सहायता व्यापार सम्बर्द्धन के लिए प्रदान किया जाता है जिसका उपभोग भारत व यूरोप के बीच विशिष्ट व्यापार मेलों के आयोजन के लिए किया जाता है।
- 3 यूरोपीय साझा बाजार के द्वारा सेमिनार व व्यापार सम्मेलन आयोजित किये जाते हैं। इन सेमिनार एवं व्यापार सम्मेलनों में भाग लेने वाली भारत की विभिन्न फर्मों ने अनेक अनुबन्ध किये हैं।
- 4 यूरोपीय आर्थिक समुदाय, आर्थिक विकास के विभिन्न कार्यक्रमों के लिए वित्तीय सहायता प्रदान करता है। इस सहायता का अधिकांश भाग नवप्रवर्तन कार्यक्रमों पर व्यय किया जाता है।
- 5 खाद्य सहायता के अन्तर्गत 'आपरेशन फ्लड-द्वितीय' के लिए 45 मिलियन डालर को दूध का पाउडर तथा मक्खन तेल, साझा बाजार प्रतिवर्ष प्रदान करता है।

इसके बावजूद भी यूरोपीय साझा बाजार व भारत के व्यापारिक सम्बन्धों में उल्लेखनीय प्रगति नहीं हुई है। अभी भी भारत और यूरोपीय साझा बाजार के मध्य कुल व्यापार का 1% से भी कम व्यापार होता है।

(2) यूरोपीय मुक्त व्यापार संघ

यूरोपीय मुक्त व्यापार संघ^{*1} की स्थापना स्टॉकहोम में सात देशों द्वारा मई 1960 में की गयी। ये सात देश हैं— ब्रिटेन, आस्ट्रिया, डेनमार्क, नार्वे, स्वीडन, स्वीटजरलैण्ड तथा पुर्तगाल, इसकी स्थापना यूरोपीय आर्थिक समुदाय के पैटर्न पर की गयी थी तथा इसके उद्देश्य भी उसी से मिलते-जुलते हैं। इन सात देशों को 'आउटर सेविन' तथा यूरोपीय आर्थिक समुदाय के तत्कालीन छ सदस्य देशों को "इनर सिक्स" के नाम से जाना जाता था। जिसका उद्देश्य सदस्य देशों में परस्पर व्यापार के लिए 'कस्टम ड्यूटी' तथा अन्य करों में धीरे धीरे कटौती करना था। 31 दिसम्बर 1966 तक लगभग सभी प्रशुल्क समाप्त करके इसके मुख्य उद्देश्य को प्राप्त कर लिया गया। इसका द्वितीय

*1. European Free Trade Association - 'EFTA'

उद्देश्य पश्चिमी यूरोप में एक बाजार की स्थापना करना था, जो कि 1972 में यूरोपीय आर्थिक समुदाय से समझौते के द्वारा प्राप्त कर लिया गया तथा तीसरा उद्देश्य विश्व व्यापार को बढ़ावा देना था। 'यूरोपीय मुक्त व्यापार सघ' का मुख्यालय 'जेनेवा' में है।

(3) यूरोपीय आर्थिक सहयोग एवं विकास सगठन

द्वितीय विश्व युद्ध के बाद यूरोपीय देशों की अर्थव्यवस्था क्षीण हो गयी। सन् 1948 में अमेरिकी मन्त्री मार्शल द्वारा प्रस्तावित योजना के प्रत्युत्तर में पेरिस में यूरोपीय देशों का सम्मेलन बुलाया गया और यूरोपीय आर्थिक सहयोग सगठन का निर्माण किया गया। 30 सितम्बर 1961 को इसका नाम बदलकर आर्थिक सहयोग एवं विकास सगठन कर दिया गया।

इसका उद्देश्य सदस्य देशों में परस्पर आर्थिक एवं सामाजिक कल्याण के लिए नीतियों का समन्वय करना तथा इसके सदस्यों को विकासशील देशों के कल्याण के लिए, कार्य करने के लिए प्रेरित करना है।

इसके सदस्य देश आस्ट्रेलिया, आस्ट्रिया, बेल्जियम, कनाडा, डेनमार्क, जर्मनी फिनलैंड, फ्रान्स, ग्रीस, आइसलैंड, आयरलैंड, इटली, जापान, लक्जेंबर्ग नीदरलैंड्स, न्यूजीलैंड, नार्वे, पुर्तगाल, स्पेन, स्वीडन, स्वीटजरलैंड, टर्की, यू० के० तथा संयुक्त राज्य अमेरिका, हैं। इसका मुख्यालय पेरिस (फ्रान्स) में है।

(4) यूरोपीय आर्थिक क्षेत्र

यूरोपीय आर्थिक क्षेत्र जनवरी 1995 में अस्तित्व में आया। 'यूरोपीय मुक्त व्यापार सघ' तथा 'यूरोपीयन यूनियन' के विलय की दिशा में यह पहला कदम है। यूरोपीय आर्थिक क्षेत्र के गठन से सम्बन्धित संधि को उक्त दोनों संगठनों ने अक्टूबर 1991 में स्वीकृति प्रदान कर दी गयी थी।

II अमेरिकी आर्थिक सहयोग संगठन

अमेरिकी देशों के आर्थिक सहयोग के प्रमुख संगठनों का संक्षिप्त विवरण निम्न है—

(1) उत्तरी अमेरिका मुक्त व्यापार समझौता—नाफ्टा

12 अगस्त 1992 को संयुक्त राज्य अमेरिका, कनाडा तथा मैक्सिको के मध्य एक त्रिपक्षीय समझौता हुआ जिसमें उत्तरी अमेरिका महाद्वीप को एक 'मुक्त व्यापार क्षेत्र' घोषित करने का निर्णय लिया गया। यही समझौता "उत्तरी अमेरिका मुक्त व्यापार समझौता—" 'नाफ्टा' के नाम से

जाना जाता है। इस सगठन की स्थापना में अमेरिका की प्रमुख भूमिका रही है। यह समझौता 1 जनवरी 1994 से अमेरिका, कनाडा, तथा मैक्सिको के बीच कार्य कर रहा है।

उत्तरी अमेरिका मुक्त व्यापार समझौता – 'नाफ्टा'*¹ का प्रमुख उद्देश्य अपने सदस्य देशों के मध्य 'मुक्त व्यापार' की मात्रा में वृद्धि करना है। इसके लिए 'क्षेत्रीय मूल के नियम' का प्रतिपादन किया गया है। इस नियम के अनुसार किसी क्षेत्र विशेष के आर्थिक ससाधनों का प्रयोग उस क्षेत्र के व्यक्तियों के आर्थिक विकास के लिए ही किया जायेगा। अर्थात् इस नियम की सहायता से उत्तरी अमेरिका महाद्वीप के आर्थिक ससाधनों का उपयोग साझा रूप से इस क्षेत्र के लिए बेहतर ढंग से किया जा सकता है।

इस सगठन के सदस्य देशों की कुल जनसंख्या 384.4 मिलियन है, जो यूरोपीय आर्थिक समुदाय के बारह देशों की कुल जनसंख्या से भी अधिक है। इसी प्रकार 'नाफ्टा' के सदस्य देशों की सकल राष्ट्रीय आय विश्व की सकल राष्ट्रीय आय का लगभग 28% है, जो विश्व में यूरोपीय आर्थिक समुदाय के सकल राष्ट्रीय आय के अनुपात से अधिक है। 1995 में नाफ्टा के सदस्य देशों का कुल निर्यात 856.4 मिलियन डालर तथा आयात 1011.5 मिलियन डालर था, जो विश्व के कुल निर्यातों एवं आयातों का क्रमशः 16.6% तथा 19.3% था। इस प्रकार स्पष्ट है कि यूरोपीय आर्थिक समुदाय की तुलना में 'नाफ्टा' एक शक्तिशाली संगठन है।

(2) लैटिन अमेरिकी आर्थिक व्यवस्था

लैटिन अमेरिकी आर्थिक व्यवस्था का गठन 1975 में किया गया। वर्तमान में 25 लैटिन अमेरिकी एवं कैरेबियाई देश इस सगठन के सदस्य हैं। यह क्षेत्रीय एवं क्षेत्रीय सीमा से परे आर्थिक एवं सामाजिक हितों के मामलों में विचार-विमर्श, समन्वय, सहयोग एवं संवर्द्धन करता है। इसका मुख्यालय 'काराकास' (बेनेजुएला) में स्थित है।

(3) लैटिन अमेरिकी एकीकरण संघ

लैटिन अमेरिकी एकीकरण संघ की स्थापना 1 जनवरी 1988 को किया गया। इस सगठन का मुख्य उद्देश्य सदस्य राष्ट्रों में आपसी व्यापार एवं क्षेत्रीय एकीकरण को बढ़ावा देना है। अर्जेंटीना, बोलीविया, ब्राजील, चिली कोलम्बिया, इक्वाडोर, मेक्सिको, पराग्वे, पेरू ऊरुग्वे एवं

*1. North American Free Trade Agreement - 'NAFTA'

बेनेजुएला इसके सदस्य है। लैटिन अमेरिकी एकीकरण सघ का मुख्यालय 'मोटेवीडियो' (ऊरुग्वे) में स्थित है।

(4) पान अमेरिका व्यापार समझौता

विश्व के विभिन्न क्षेत्रों को स्वतन्त्र व्यापार क्षेत्र बनाने के प्रयास किये जा रहे हैं। यूरोपीय साझा बाजार व उत्तरी अमेरिकन मुक्त व्यापार समझौता – 'साफ्टा' की सफलता के बाद "एशिया प्रशान्त आर्थिक सहयोग – एपेक" राष्ट्रों ने बेगार शिखर सम्मेलन में सम्पूर्ण एशिया प्रशान्त क्षेत्र को 2020 तक स्वतन्त्र व्यापार क्षेत्र घोषित करने का निर्णय नवम्बर 1994 में किया। इसी परिप्रेक्ष्य में समूचे अमेरिकी क्षेत्र को स्वतन्त्र व्यापार क्षेत्र बनाने का भी एक समझौता दिसम्बर 1994 में 'मियामी' में सम्पन्न हुआ। उत्तरी, दक्षिणी व मध्य अमेरिका के 34 देशों के दिसम्बर 1994 में सम्पन्न हुए शिखर सम्मेलन में इस पश्चिमी गोलार्द्ध को सन् 2005 तक स्वतन्त्र व्यापार क्षेत्र बनाने का निर्णय लिया गया। अमेरिकी राष्ट्रपति 'बिल क्लिंटन' ने इसे एक ऐतिहासिक समझौता बताया है। श्री क्लिंटन ने कहा समझौते के परिणामस्वरूप अधिक आय तथा अधिक रोजगार के अवसर लोगों को प्राप्त हो सकेंगे।

III अफ्रीकी आर्थिक सहयोग संगठन

अफ्रीकी देशों के आर्थिक सहयोग के प्रमुख संगठनों का संक्षिप्त विवरण निम्न है—

(1) पश्चिमी अफ्रीकी देशों का आर्थिक समुदाय

'पश्चिमी अफ्रीकी देशों के आर्थिक समुदाय' का गठन 1975 में लागोस संधि के तहत किया गया। इस संगठन का उद्देश्य सदस्य देशों में सामाजिक, सांस्कृतिक एवं आर्थिक सहयोग व विकास को बढ़ावा देना है। लागोस (नाइजीरिया) स्थित मुख्यालय वाले इस संगठन के सदस्य देशों में बेनिन, बुर्किना, फासो, के पर्वदीगाबिया, घाना, गिनी, गिनी बिसाऊ, आइवरी कोस्ट, लाइबेरिया, माली, मारितानियां, नाइजर, नाइजीरिया सेनेगल, सियरा लियोन एवं टैगो हैं।

(2) पूर्वी एवं दक्षिणी अफ्रीका का साझा बाजार

दक्षिणी अफ्रीका के 12 देशों द्वारा 5 नवम्बर 1993 को कम्पाला (उगांडा) में इस साझा बाजार के गठन के उद्देश्य से एक संधि पर हस्ताक्षर किये। इस संधि का मुख्य उद्देश्य 32 करोड़ अफ्रीकी लोगों, का साझा बाजार बनाना है, जिनका सकल घरेलू उत्पाद 124 अरब डालर है।

IV एशियाई आर्थिक सहयोग संगठन

एशियाई देशों के आर्थिक सहयोग के प्रमुख संगठनों का संक्षिप्त विवरण निम्न हैं—

(1) पेट्रोलियम निर्यातक देशों का संगठन – ओपेक

पेट्रोलियम निर्यातक देशों के संगठन—ओपेक^{*1} की स्थापना 'बगदाद' में सन् 1960 में किया गया। ईरान, इराक, कुवैत, सऊदी अरब तथा वेनेजुएला इसके संस्थापक सदस्य देश हैं।

इस संगठन का मुख्य उद्देश्य खनिज तेल के उत्पादन व इसकी कीमत को नियन्त्रित करके पेट्रोलियम निर्यात करने वाले देशों के हितों का उन्नयन करना है। इसके अन्तर्गत तेल की कीमतों को स्थिरता प्रदान करना, तेल की अधिक कीमत प्राप्त करना तथा समय-समय पर उनके हित सम्बर्द्धन के लिए नीति निर्धारण करना है। इसकी सदस्यता उन देशों के लिए है, जो पर्याप्त मात्रा में अशोधित तेल निर्यात करते हैं तथा जिनके हित इन देशों के हितों से मिलते-जुलते हैं।

वर्ष 1998 में इसके सदस्यों की संख्या-11 हो गयी। जिसमें अलजीरिया, इण्डोनेशिया, ईरान, इराक, कुवैत, लीबिया, नाइजीरिया, कतर, सऊदी अरब, यूनाइटेड अरब एमीरात, तथा वेनेजुएला आते हैं। इसका मुख्यालय 'वियना' (ऑस्ट्रिया) में है। अनुमान है कि 'ओपेक' देशों द्वारा विश्व का लगभग 75% पेट्रोल उत्पन्न किया जाता है।

29-30 नवम्बर 1997 को जकार्ता में सम्पन्न हुए 'ओपेक देशों' की बैठक में खनिज तेल के उत्पादन की 25 033 मिलियन बैरल प्रतिदिन की सीमा को बढ़ाकर 27 5 मिलियन बैरल प्रतिदिन करने पर सहमति व्यक्त की गयी। इसके लिए 'ओपेक' के 11 देशों के कोटे में 1 जनवरी 1998 से वृद्धि की गयी है।

सन् 1990 में कुवैत पर इराकी हमले के विरोध में इराक पर संयुक्त राष्ट्र संघ के प्रतिबन्धों के चलते इराक पिछले छ वर्षों से तेल निर्यात नहीं कर पा रहा था, किन्तु अब 'आयल फॉर-फूड' समझौते के अन्तर्गत संयुक्तराष्ट्र संघ ने इराक को छ महीने में दो अरब डॉलर के तेल के निर्यात की अनुमति प्रदान कर दी है। 4 दिसम्बर 1997 को इस समझौते की पुनः छ महीने के लिए बढ़ा दिया गया, 2 14 अरब डॉलर के तेल के निर्यात की अनुमति प्रदान कर दी गयी। हाल ही में इस राशि को बढ़ाकर 5 2 अरब डॉलर कर दिया गया है। इराक को तेल बेचने की संयुक्त राष्ट्र संघ से

^{*1} 1. Organisation of the Petroleum Exporting Countries-'OPEC'

अनुमति मिल जाने के परिप्रेक्ष्य में ही 'ओपेक' अभी खनिज तेल के उत्पादन को सीमित रखना चाहता है, ताकि अन्तर्राष्ट्रीय बाजार में तेल की कीमत न हो सके।

(2) एशियाई विकास बैंक*¹

एशियाई देशों के आर्थिक विकास के लिए दिसम्बर 1966 में 'एशियाई विकास बैंक' की स्थापना की गयी। जो 1 जनवरी 1967 से कार्य करना भी प्रारम्भ कर दिया है। इस बैंक का मुख्यालय फिलीपीन्स की राजधानी 'मनीला' में है। इस बैंक ने अपना आवासीय कार्यालय नई दिल्ली (भारत) में स्थापित किया है जो 10 दिसम्बर 1993 से कार्य कर रहा है।

एशियाई देशों को रियायती व्याज दर पर ऋण देने के लिए एशियाई विकास बैंक ने 1974 में 'एशियाई विकास कोष' की स्थापना की है। इस कोष को सर्वाधिक ऋण अमेरिका से प्राप्त होता है। एशियाई विकास बैंक ने 1993 तक भारत को 5258 बिलियन डालर के ऋण एवं निवेश प्रदान किये थे। बैंक द्वारा अपने ऋणों पर व्याज की दरों में वर्ष में दो बार (जनवरी तथा जुलाई में) संशोधन किया जाता है।

एशियाई विकास बैंक के उद्देश्य

एशियाई विकास बैंक के प्रमुख उद्देश्य निम्नलिखित हैं—

- 1 एशियाई देशों के तीव्र आर्थिक विकास के लिए पूँजी के विनियोग को प्रोत्साहित करना।
- 2 क्षेत्र में सन्तुलित विकास के लिए सतत् प्रयास करना।
- 3 सदस्य देशों की विकास नीतियों एवं योजनाओं के मध्य ~~समन्वय स्थापित करना~~ जिससे उनके विदेशी व्यापार का उपयुक्त प्रसार हो सके।
- 4 सदस्य देशों को आर्थिक विकास हेतु तकनीकी सहायता प्रदान करना।
- 5 एशियाई क्षेत्र के विकास के लिए योजना बनाना तथा योजनाओं को पूरा करने के लिए ससाधनों की व्यवस्था करना।

(3) दक्षिण-पूर्वी एशिया के देशों का सगठन—आसियान*¹

जिस प्रकार दक्षिणी पूर्वी एशिया सन्धि सगठन 'सीटो' की रचना 'उत्तरी अटलांटिक सन्धि सगठन'—'नाटो' के नमूने पर की गयी थी उसी प्रकार 'दक्षिणी पूर्वी एशिया के देशों के सगठन—'आसियान' की रचना यूरोपीय आर्थिक समुदाय के नमूने पर किया गया है। इसकी स्थापना अगस्त 1967 में हुई। आसियान के संस्थापक सदस्य देश हैं—इण्डोनेशिया, मलेशिया, फिलीपाइन्स, सिंगापुर, एवं थाइलैण्ड। सन् 1984 में 'बुनेई' भी आसियान की सदस्यता ग्रहण कर लिया।

वस्तुतः आसियान, दक्षिण पूर्वी एशियाई सघ का एक परिवर्तित रूप है, जिसका उद्देश्य दक्षिणी पूर्वी एशिया के देशों में आर्थिक विकास सामाजिक प्रगति और सांस्कृतिक उन्नति की गति को तीव्रतम करना, आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक, वैज्ञानिक और प्रशासनिक क्षेत्रों में सक्रिय सहयोग और पारस्परिक सहायता को बढ़ावा देना एवं प्रादेशिक शान्ति एवं संस्थापित करना प्रमुख है।

आसियान का केन्द्रीय सचिवालय 'इण्डोनेशिया' की राजधानी 'जकार्ता' में है। इसका अध्यक्ष एवं एक महासचिव होता है। यह पद वर्षानुक्रम से तीन-तीन वर्ष के लिए सदस्य देशों में घूमता रहता है।

(4) एशियाई क्लियरिंग यूनियन

एशियाई क्लियरिंग यूनियन की स्थापना 1975 में हुई थी। इस सघ के स्थापना के समय भारत, पाकिस्तान, बांगला देश, नेपाल, श्रीलंका व ईरान ही इसके सदस्य थे, किन्तु 1977 में 'बर्मा' ने भी इसकी सदस्यता ग्रहण कर ली। 'एशियाई क्लियरिंग यूनियन' का मुख्यालय 'तेहरान' में है।

इस समाशोधन सघ का प्रमुख उद्देश्य सदस्य देशों के व्यापार सम्बन्धी भुगतान की समस्याओं को स्थानीय मुद्रा के माध्यम से हल करना था जिससे विदेशी मुद्रा भण्डार पर अधिक दबाव न पड़े।

(5) एशिया प्रशान्त आर्थिक सहयोग—'एपेक'

'यूरोपीय आर्थिक समुदाय' तथा 'उत्तरी अमेरिका मुक्त व्यापार समझौता' 'नाफ्टा' के पश्चात् 'एशिया प्रशान्त आर्थिक सहयोग' 'एपेक'*² विश्व के एक बड़े व्यापारिक सगठन के रूप में उभर कर सामने आया है। इस सगठन की स्थापना 1989 में हुई थी। हिमालय से एण्डीज व

*1. Association of South-East Asian Countries-'ASEAN'

*2. Asia Pacific Economic Co-operation-'APEC'

न्यूजीलैण्ड से कनाडा तक विस्तृत क्षेत्र में फैले विश्व की बड़ी एवं विस्तारोन्मुख अर्थव्यवस्था वाले प्रमुख देश इसके सदस्य हैं। प्रारम्भ में एशिया प्रशान्त आर्थिक सहयोग की सदस्य संख्या अठ्ठारह (18) थी जो वर्तमान समय में बढ़कर 21 हो गयी है। ये सदस्य देश हैं— अमेरिका, आस्ट्रेलिया, कनाडा, मैक्सिको, जापान, चीन, हांगकांग, ताइवान, दक्षिणी कोरिया, इण्डोनेसिया, ब्रुनेई, फिलीपीन्स, सिंगापुर मलेशिया, थाईलैण्ड, पपुआन्यूगिनी, न्यूजीलैण्ड, चिली, वियतनाम, रूस तथा पेरू। भारत ने भी एशिया प्रशान्त आर्थिक सहयोग की सदस्यता ग्रहण करने का दावा किया है किन्तु अभी तक भारत इसकी सदस्यता प्राप्त नहीं कर सका है।

एशिया प्रशान्त आर्थिक सहयोग 'एपेक' के अब तक कुल पाँच शिखर सम्मेलन सम्पन्न हो चुके हैं। इस सगठन के चौथे शिखर सम्मेलन, फिलीपीन्स में एशिया प्रशान्त आर्थिक सहयोग को सन् 2020 तक विश्व का सबसे बड़ा मुक्त व्यापार क्षेत्र बनाने की घोषणा की गयी है। और इसकी सफलता के लिए 1 जनवरी 1997 से व्यापार अवरोधों को हटाने का कार्य भी प्रारम्भ कर दिया गया है।

एशिया प्रशान्त आर्थिक सहयोग के देशों का संयुक्त व्यापार विश्व के कुल व्यापार का 40% से भी अधिक है। यूरोपीय आर्थिक समुदाय तथा उत्तरी अमेरिका मुक्त व्यापार समझौता की भाँति एशिया प्रशान्त आर्थिक सहयोग को भी एक स्वतन्त्र व्यापार क्षेत्र के रूप में विकसित करने के लिए सदस्य देश प्रयत्नशील हैं।

(6) एशिया यूरोप मितिग—'एसेम'*1

यूरोपीय संघ के पन्द्रह तथा 'दक्षिण पूर्वी एशियाई राष्ट्रों का संघ'—'आसियान' के सात देशों के साथ-साथ जापान, दक्षिण कोरिया व चीन को शामिल करते हुए एशिया और यूरोप के 25 राष्ट्रों की बैठक 'एशिया-यूरोप मितिग' ने मोटे तौर पर दोनों महाद्वीपों के एक संयुक्त अनौपचारिक सगठन का ही रूप ले लिया। इन पच्चीस एशियाई व यूरोपीय देशों की पहली शिखर बैठक मार्च 1996 के प्रथम सप्ताह में थाईलैण्ड की राजधानी 'बैंकाक' में सम्पन्न हुई। इसमें दस एशियाई देशों के अतिरिक्त यूरोप के तेरह देशों ने भी भाग लिया।

यद्यपि एशिया यूरोप मितिग के एक औपचारिक सगठन के रूप में गठन की घोषणा अभी नहीं की गयी है तथापि इसके एशियाई तथा यूरोपीय देशों के बीच एक व्यापारिक संगठन की भाँति ही क्रियाशील हो जाने की सम्भावना है।

*1. Asia Europe Meeting - 'ASEM'

(7). बांगलादेश-भारत, श्रीलंका, थाइलैण्ड इकोनामिक को आपरेशन-‘बिस्टेक’*¹

एशियाई देशों का यह नवीन संगठन-‘बिस्टेक’ 6 जून 1997 को उभरकर सामने आया। भारत सहित एशिया के चार देशों ने क्षेत्रीय सहयोग के लिए इसका गठन किया है। भारत के अतिरिक्त अन्य सदस्य देश श्रीलंका, बांगलादेश एवं थाइलैण्ड हैं। सदस्य देशों के नाम के आधार पर ही इस संगठन का नाम ‘बिस्टेक’ रखा गया है। किन्तु अब वर्मा को भी इस संगठन में शामिल कर लिए जाने से इसकी सदस्य संख्या बढ़कर पाँच हो गयी और अब इसे “बांगलादेश, भारत, श्रीलंका, बर्मा, थाइलैण्ड इकोनामिक को आपरेशन” के नाम से जाना जाता है।

(8) ‘हिन्द महासागर तट क्षेत्रीय सहयोग संघ’-‘हिमतक्षेस’*²

हिन्द महासागर के तटीय क्षेत्र में स्थित देशों के बीच पारस्परिक आर्थिक सहयोग को बढ़ावा देने के उद्देश्य से 5 मार्च 1997 को ‘पोर्टलुई’ (मारिशस) में औपचारिक रूप से एक संगठन की स्थापना किया गया। ‘हिन्द महासागर तट क्षेत्रीय सहयोग-संघ’- ‘हिमतक्षेस’ के नाम से जाना जाता है। आशा की जाती है कि यह संघ तीन महाद्वीपों- एशिया अफ्रीका और आस्ट्रेलिया के लिए एक सेतु का कार्य करेगा।

(9) दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग संगठन-‘सार्क’*³

दक्षिण एशिया के देशों के पास क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग के लिए ऐसा कोई मंच नहीं था जिसके माध्यम से वे आपसी सहयोग के द्वारा आर्थिक, सामाजिक एवं राजनीतिक समस्याओं का हल मिल बैठकर ढूँढ सकते हैं। इस दिशा में सहयोग की पहल सर्वप्रथम 1945 में पं० जवाहर लाल नेहरू ने ‘दक्षिण एशिया संघ’ की परिकल्पना के जरिये की थी। दक्षिण एवं दक्षिण-पूर्व एशियाई देशों ने सहयोग की दिशा में 1951 में कोलम्बो योजना के अन्तर्गत अपना कदम उठाया किन्तु वह क्रियान्वित नहीं हो सका। बाद में 1980 में बांगलादेश के तत्कालीन राष्ट्रपति जियाउर्रहमान ने दक्षिण एशियाई सहयोग का सुझाव रखा जिसका क्षेत्र के अन्य देशों ने भी स्वागत किया। अगस्त 1983 में ‘नयी दिल्ली’ में विदेश मंत्रियों की एक बैठक हुई जिसमें क्षेत्रीय संगठन की स्थापना का निर्णय लिया

*1. 'BISTEC'-

*2. Indian ocean Rim Association for Regional Co-operation- 'IORARC'

*3. South Asian Association of Regional Co- operation- 'SAARC'

गया। तदनु रूप मई 1985 में सगठन के चार्टर का प्रारूप तैयार किया गया और बांगलादेश की राजधानी 'ढाका' में आयोजित 7- 8 दिसम्बर 1985 को प्रथम शिखर सम्मेलन में 'दक्षिण एशिया सहयोग सगठन'— 'सार्क' का विधिवत गठन किया गया। इस सगठन के सात सदस्य हैं— भारत, पाकिस्तान, बांगलादेश, श्रीलंका, नेपाल, भूटान, और मालदीव। इस सम्मेलन में 10 सूत्रीय 'सार्क' चार्टर पारित हुआ। सगठन का उद्देश्य सातों सदस्य देशों के बीच विभिन्न क्षेत्रों में सहयोग और सद्भावना की वृद्धि निश्चित किया गया। चार्टर के अनुच्छेद— 10 में, यह निर्णय लिया गया कि 'सार्क' सम्मेलनों और बैठकों में द्विपक्षीय विवादों को कोई स्थान नहीं होगा। इस तरह 'सार्क' के माध्यम से 'दक्षिण एशिया' को एक प्रदेश के रूप में विकसित करने का प्रावधान किया गया है।

(10) दक्षिण एशियाई वरीयता व्यापार समझौता— 'साप्टा'*1

दक्षिण एशियाई वरीयता व्यापार समझौता का प्रस्ताव सर्वप्रथम श्रीलंका ने दिसम्बर 1991 'सार्क' देशों के छठे शिखर सम्मेलन में प्रस्तुत किया था। इस प्रस्ताव के तहत 1997 तक दक्षिण एशियाई वरीयता व्यापार समझौता—'साप्टा' को प्रारम्भ करने का निर्णय लिया गया और 7 दिसम्बर 1995 को प्रभावी हो गया।

(11) दक्षिण एशियाई स्वतन्त्र व्यापार क्षेत्र—'साफ्टा'*2

नयी रियायती व्यापार प्रणाली 1995 में ही शुरू करने का निर्णय मई 1995 में नयी दिल्ली में सम्पन्न हुए 'सार्क' के आठवें शिखर सम्मेलन के दौरान लिया गया था। रियायती प्रशुल्क दरों पर अपनी व्यापार प्रारम्भ हो जाने के बाद भविष्य में दक्षिण एशिया क्षेत्र में एक व्यापारिक गुट— 'दक्षिण एशियाई स्वतन्त्र व्यापार क्षेत्र'—'साफ्टा' को स्थापित करने में सहायता मिलेगी।

2.5. क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग के उपागम

यदि हम क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग के अवधारणात्मक पहलू पर विचार करें तो इससे हमें—

- (1) सामान्य रूप से क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग के मूलाधार (तर्क आधार) पर प्रकाश पड़ता है, तथा (2) सार्क देशों में क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग के उपागमों (एप्रोचेज) पर प्रकाश पड़ता है।

*1. South Asian Preferential Trading Agreement- 'SAPTA'

*2. South Asian Free Trade Area- 'SAFTA'

क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग के उपागमों की दो प्रक्रिया हैं—

1 व्यापार उदारीकरण तथा

2 औद्योगिक पुनर्संरचना

व्यापार के पूर्ण उदारीकरण का लाभ 'सार्क' के सदस्य देशों को परस्पर अन्तः व्यापार द्वारा प्राप्त होता है। इसके अतिरिक्त ये सदस्य देश औद्योगिक पुनर्संरचना द्वारा वस्तुओं के उत्पादन में भी सहयोग की भावना रखते हैं। फलस्वरूप 'सार्क' क्षेत्र में क्षेत्रीय व्यापारिक एवं आर्थिक सहयोग के उपागम विकास प्रक्रिया को तीव्र बनाते हैं। विकास का यह मार्ग 'सार्क' के सदस्य देशों के मध्य प्राप्त परस्पर विरोध के स्तर को ही कम करने में सहायक है।

व्यापार उदारीकरण एवं औद्योगिक पुनर्संरचना जैसी जुड़वा प्रक्रियाएँ (ट्विन प्रासेसेज) परस्पर पूरक हैं। जहाँ व्यापार उदारीकरण औद्योगिक पुनर्संरचना के बेहतर अवसर को प्रदान करता है, वही औद्योगिक पुनर्संरचना से विविधतापूर्ण वस्तुओं के उत्पादन को बढ़ावा मिलता है जो व्यापार उदारीकरण के द्वारा अन्तः क्षेत्रीय व्यापार को बढ़ाने में मदद करता है। संक्षेप में हम कह सकते हैं कि व्यापार उदारीकरण औद्योगिक पुनर्संरचना जैसी जुड़वा प्रक्रियाएँ 'सार्क' देशों में 'सरल व्यापार नीति' (लिवरलट्रेड पालिसी) को प्रोत्साहित करते हैं। 'सार्क' देशों ने औद्योगिक पुनर्संरचना कार्यक्रम उत्पादन के साधनों के मुक्त प्रवाह में भी सहायक है। उत्पादन के ये साधन हैं— पूँजी, प्रौद्योगिकी प्रशिक्षित श्रम आदि। 'सार्क' क्षेत्र में मुक्त व्यापार क्षेत्र का निर्माण अथवा 'सीमा संध' (कस्टम यूनियन) के गठन का आधार क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग के उपागम हो सकते हैं। इस सन्दर्भ में आर्थिक एकीकरण के क्रियात्मक प्रयास व्यापार तकनीकी हस्तान्तरण, संयुक्त विपणन कम्पनियों, प्रत्यक्ष पूँजी निवेश, शेयर एवं अंश सहभागिता आदि के द्वारा बाजार का विस्तार करके किया जा सकता है। मोटे तौर पर औद्योगिक पुनर्संरचना के कार्यक्रम 'सार्क' क्षेत्र में श्रम-लागतों, पूँजी प्रधान उत्पादन, प्रौद्योगिकी सुधार, विदेशी पूँजी निवेश के स्तर, निर्यात सम्भावनाओं एवं आयात की जरूरतों जैसी प्रासंगिक कसौटियों के आधार पर भारत एवं अन्य 'सार्क' देशों के मध्य विदेशी व्यापार एवं अन्य आर्थिक सहयोग की सम्भावनाएँ उपभोग एवं पूँजीगत उत्पादन की विविधता पर निर्भर करती हैं। इन कार्यों का निष्पादन 'सार्क' के उदाहरण द्वारा प्रस्तुत शोध-प्रबन्ध का विषय है।

टिप्पणी एवं संदर्भ

- 1 International Monetary Fund- 'IMF'
- 2 World Bank
- 3 General Agreement on Tariff and Trade- 'GATT'
- 4 United Nations Conference on Trade and Development- 'UNCTAD'
- 5 World Trade Organisation- 'WTO'
- 6 European Common Market- 'ECM'
- 7 European Economic Community- 'EEC'
8. European Free Trade Association- 'EFTA'
9. Organisation for European Economic Co-operation- and Development, OEECD
10. North American Free Trade Agreement- 'NAFTA'
11. Latin American Integration Association- LAIA
- 12 Economic Community of West African States- ECOWAS
13. Association of South East Asian Countries- 'ASEAN'
14. South Asian Association for Regional Co- operation- 'SAARC'

अध्याय-3

दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग संगठन (सार्क)

अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर पारस्परिक लाभ के दृष्टिकोण से क्षेत्रीय सहयोग की भावना ने पिछले कुछ दशकों में जोर पकड़ा है और क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग संगठनों को एक प्रभावी मंच के रूप में स्वीकार किया गया है। इस सन्दर्भ में दक्षिण एशिया के देशों के पास ऐसा कोई भी मंच नहीं था जिसके माध्यम से वे आपसी सहयोग के द्वारा अपनी आर्थिक, सामाजिक एवं राजनीतिक समस्याओं का निदान मिल बैठकर ढूँढ सकते। यद्यपि यह सत्य है कि दो या उससे अधिक देशों की समस्याएँ एक ही नहीं हो सकती और न ही उनके निदान के लिए कोई एक मापदण्ड अपनाया जा सकता है। किन्तु क्षेत्रीय स्तर पर सहयोग का आधार यदि उस क्षेत्र के लोगों की आशाओं एवं अपेक्षाओं के अनुरूप हो तथा किसी भी ऐसे संगठन को संस्था का रूप देते समय यदि उस क्षेत्र के लोगों की आशाओं एवं अपेक्षाओं को 'सर्वोच्च प्राथमिकता' दी जाय तो सम्भव है कि ऐसे संगठन में शामिल देश एक-दूसरे की समस्याओं का कोई उपयोगी निदान निकाल सकें। भारतीय उपमहाद्वीप तथा मध्यएशिया के सात देशों, भारत, पाकिस्तान, बांग्ला देश, श्रीलंका, नेपाल, भूटान एवं मालदीव ने मिलकर पारस्परिक सम्बन्धों को सुधारने क्षेत्रीय समस्याओं के समाधान तथा मुख्य रूप से आर्थिक सहयोग एवं सह-अस्तित्व के उद्देश्य से प्रेरित होकर नये रास्ते तलाशने का सामूहिक प्रयास किया है। जिसके परिणामस्वरूप दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग संगठन—'सार्क' अथवा 'दक्षेस' का जन्म हुआ।

प्रस्तुत अध्याय-3 के अनुभाग 3.1 में 'दक्षिण एशिया को एक प्रदेश के रूप में देखने का प्रयास किया गया है। अनुभाग 3.2 में दक्षिण एशियाई देशों में सहयोग के कारक तत्वों की छानबीन की गयी है। अनुभाग 3.3 में 'सार्क' संगठन का विकास, अनुभाग 3.4 में सार्क के उद्देश्यों, सिद्धान्तों तथा सार्क की सामान्य धाराओं को संक्षेप में प्रस्तुत किया गया है। अनुभाग 3.5, सार्क के संगठनात्मक ढाँचे, अनुभाग 3.6 सार्क कोष तथा अनुभाग 3.7 व्यापार और आर्थिक सहयोग में सार्क की भूमिका पर है।

3.1 'दक्षिणी एशिया एक प्रदेश के रूप में'

दक्षिण एशिया की अवधारणा की उत्पत्ति प्राचीन नहीं है। द्वितीय विश्व युद्ध के समय तक राजनीतिज्ञ 'दक्षिण वर्ती एशिया'*¹ शब्द का प्रयोग उस क्षेत्र के लिए करते थे जिसे वर्तमान दक्षिणी तथा दक्षिणी-पूर्वी एशिया का प्रादेशिक सम्मिलन कहा जा सकता है। फिर भी दक्षिणी एशियाई प्रदेश की सीमा का कोई स्पष्ट निर्धारण नहीं है। सामान्यता कुछ लोग इसमें केवल भारत पाकिस्तान, बांग्लादेश, नेपाल, भूटान, श्रीलंका और मालदीव को सम्मिलित करते हैं जबकि दूसरे लोग इसमें अफगानिस्तान और वर्मा को भी सम्मिलित करते हैं।¹

भौगोलिक और सांस्कृतिक रूप से दक्षिणी एशिया एक अद्भुत रूप से विविधता पूर्ण क्षेत्र है। इस प्रदेश के देश क्षेत्र और जनसंख्या, भाषा और धर्म में एक दूसरे से भिन्न हैं।

भारत इस प्रदेश का सबसे बड़ा देश है। भारत का क्षेत्रफल आक्सफोर्ड एटलस-1993 के अनुसार 3287263 वर्ग किमी तथा जनसंख्या 84 करोड़ है। यह एक बहुजातीय, बहुभाषी और बहुधर्मी देश है। संविधान की आठवी अनुसूची में 18 भाषाओं की सूची दी गयी है जिनमें अंग्रेजी और हिन्दी मुख्य है। हिन्दू, इस्लाम इसाई, बौद्ध मुख्य धर्म है। शासन, सघवाद और संसदात्मक लोकतन्त्र के सिद्धान्तों पर आधारित है।

पाकिस्तान दक्षिणी एशिया का दूसरा सबसे बड़ा देश है। आक्सफोर्ड एटलस-1993 के अनुसार इसका क्षेत्रफल 796095 वर्ग किलोमीटर तथा जनसंख्या 11 करोड़ है। पाकिस्तान का आधिकारिक धर्म इस्लाम और भाषा उर्दू है। पंजाबी, सिन्धी, पश्तो, और बलूची अन्य मुख्य भाषाएं हैं। बांग्ला देश तीसरा सबसे बड़ा राज्य है। इसका क्षेत्रफल 143999 वर्ग किलोमीटर तथा जनसंख्या 12 करोड़ है। यहाँ की प्रमुख भाषा बंगाली और चकमा है। 85% इस्लाम धर्मावलम्बी हैं। हिन्दू मुख्य अल्प संख्यक धर्म है। पाकिस्तान में 1988 से और-बांग्ला देश में 1991 से संसदात्मक शासन प्रणाली है।

नेपाल, भारत के उत्तर में स्थित है। इसका क्षेत्रफल 147181 वर्ग किलोमीटर

*1. Southern Asia

तथा जनसंख्या लगभग 2 करोड है। यहाँ की मुख्य भाषा नेपाली है। तथा अन्य भाषाएं मैथिली और भोजपुरी है। अन्तिम दो हिन्दी की बोलिया है। नेपाल का प्रमुख धर्म हिंदू (90%), बौद्ध धर्म (7%) एवं इस्लाम आदि है। भूटान, नेपाल के पूर्व में स्थित है। इसका क्षेत्रफल 46500 वर्ग किमी तथा जनसंख्या 15 लाख है। इसकी प्रमुख भाषा जोन्खा*¹ और लोत्साम*² है यहाँ का मुख्य धर्म बौद्ध और हिन्दू है। श्री लंका भारत के दक्षिण में स्थित है। इसका क्षेत्रफल 65610 वर्ग किलोमीटर तथा जनसंख्या 1.7 करोड है। श्रीलंका की मुख्य भाषा सिंहल, तमिल और इंग्लिश है। यहाँ का मुख्य धर्म बौद्ध, हिन्दू, ईसाई और इस्लाम है। मालदीव भारत के दक्षिण-पश्चिम और श्रीलंका के पश्चिम में हिन्द महासागर में स्थित एक द्वीप समूह है। इसका क्षेत्रफल 298 वर्ग किलोमीटर और जनसंख्या दो लाख उन्नीस हजार है। अफगानिस्तान भारत और पाकिस्तान के उत्तर पश्चिम में स्थित है। इसका क्षेत्रफल 647497 वर्ग किलोमीटर तथा जनसंख्या एक करोड पैसठ लाख है। यहाँ की मुख्य भाषा पश्तो, डारी, फारसी तथा धर्म इस्लाम हैं।

15 वीं शताब्दी तक एशियाई शक्तियाँ प्रबल थीं। परन्तु पन्द्रहवीं शताब्दी के बाद पश्चिमी शक्तियों ने तेजी से सम्पूर्ण दक्षिणी एशिया सहित एशिया महाद्वीप के अधिकांश भाग पर अपना आधिपत्य स्थापित कर लिया। ज्ञान के पुनर्जागरण, औद्योगिक क्रान्ति, राष्ट्र राज्यों के उदय, अच्चतर शास्त्रास्त्र, और युद्ध रणनीति ने पश्चिमी शक्तियों को श्रेष्ठतर बना दिया जबकि "यहाँ इन सब कारकों का अभाव था जो एशिया के विशाल जनसमूहों की नपुंसकता का कारण था।"²

उन्नीसवीं शताब्दी के अन्त तक दक्षिणी एशिया सहित एशिया का अधिकांश भाग पश्चिम की आधीनता में आ गया। परन्तु द्वितीय विश्व युद्ध के बाद अफ्रीकी एशियाई देशों ने पश्चिमी दासता के जुए को उतार फेंका। अब वे राजनीतिक रूप से स्वतन्त्र हैं परन्तु आर्थिक रूप से दुर्बल हैं तथा अभी तक विश्व की राजनीतिक अर्थव्यवस्था में एक प्रभावशाली भूमिका को प्राप्त करने का प्रयत्न कर रहे हैं।

*1. Dzonkha

*2. Lhotsam

3.2 दक्षिणी एशियाई देशों में सहयोग के कारक – तत्व

सहयोग के ऐसे अनेक कारक हैं जो दक्षिणी एशियाई देशों में सहयोग के लिए मजबूत आधार प्रदान करते हैं। नेपाल और भूटान (तथा अफगानिस्तान) को छोड़कर शेष सारा दक्षिणी एशिया उपनिवेशक शासन के अधीन रहा है। इसमें से अधिकांश ब्रिटिश साम्राज्य का अंग था। नेपाल और भूटान भी ब्रिटिश प्रभाव क्षेत्र के बाहर नहीं थे। अतः दक्षिणी एशियाई देशों के ऐतिहासिक अनुभव एक से रहे हैं। इसका प्रभाव उनकी विदेश नीतियों पर पड़ा है। उनमें से अधिकांश देशों ने एक गुटनिरपेक्ष नीति अपनायी है।

अधिकांश एशियाई देशों की सांस्कृतिक विरासत भी एक समान है। निःसन्देह दक्षिणी एशिया में अनेक सांस्कृतिक समूह हैं परन्तु उन पर एक दूसरे का बहुत प्रभाव पड़ा है।

भौगोलिक सामीप्य भी एक सकारात्मक तत्व है। श्रीलंका और मालदीव, द्वीप राज्य हैं। इनके अतिरिक्त जो पाँच देश हैं वे एक समान भूभाग के अंग हैं। यह भूभाग शेष एशिया से पर्वतों और समुद्र के द्वारा इस प्रकार से पृथक् है कि इसे भारतीय उप महाद्वीप कहा जाता है।

दक्षिणी एशियाई देश एक जैसी और समान समस्याओं से ग्रस्त हैं। ये समस्याएँ भूख, निरक्षरता, कुपोषण, बेरोजगारी तथा प्राकृतिक ससाधनों के कुशल प्रबन्ध के अभाव की हैं।

परन्तु दक्षिणी एशियाई देशों की अर्थ व्यवस्थाएँ एक दूसरे की शक हैं। इन देशों में आर्थिक विकास की समानान्तर नीतियाँ अपनाकर अपनी बहुत हानि की है। उन्हें प्रादेशिक सहयोग की नीति अपनाना होगा।

नकारात्मक तत्वः

उपर्युक्त सकारात्मक तत्व कुछ नकारात्मक तत्वों से सन्तुलित हो जाते हैंः—

1. दक्षिणी एशिया के देशों में अरब देशों के समान भाषायी एकता नहीं है।
- 2 इन देशों में अफ्रीका के समान जातीय एकता की भावना भी नहीं है।

- 3 इन देशों में पूर्वी यूरोप अथवा पश्चिमी यूरोप के समान राजनीतिक व्यवस्था भी नहीं है।
- 4 धर्म की विविधता भी विभाजनकारी भूमिका निभाती है, जिसके कारण 1947 में भारत का, भारत और पाकिस्तान में विभाजन हो गया। दोनों में निरन्तर शत्रुता चलती आयी है।
- 5 सन् 1971 में बांगलादेश के उदय ने इस प्रदेश में तनाव अविश्वास और कटुता के वातावरण को और भी अधिक गहरा कर दिया जैसा कि दिनेश कुमार सिंह⁹ ने सकेत किया है, ऐसी बहुत सी विशेषताएं हैं जो "प्रादेशिक सहयोग के विरुद्ध जाती हैं।" प्रथम प्रदेश में आर्थिक शक्तियां न तो पर्याप्त रूप से विकसित हैं और न ही उनमें पारस्परिक सन्तुलन और अनुपूरकता है। दूसरे राजनीतिक, सामाजिक, आर्थिक प्राथमिकताओं और आवश्यकताओं पर आधिपत्य जमाये हुए हैं। तीसरे अन्तर्राष्ट्रीय विवादों और रणनीतिक संघर्षों को दक्षिणी एशिया के प्रादेशिक सम्बन्धों में मुख्य भूमिका निभाने दिया गया है। चौथे प्रदेश में सहयोगात्मक अन्तर क्रिया के विकास के लिए एक महाशक्ति की परराष्ट्र छाया न तो वाछनीय है और न ही सम्भव है। पाँचवें सामाजिक सांस्कृतिक और आर्थिक सम्बन्धों का स्वरूप इस प्रदेश में प्रधानतः एक और भारत और दूसरी और उसके पड़ोसी दक्षिण एशियाई देश के मध्य द्विपक्षीय सम्बन्ध के रूप में है। दूसरी और भारत और उसके प्रत्येक पड़ोसी देशों के मध्य विकास और शक्ति के स्तरों में भारी अन्तर है। इससे पारस्परिक भय और सन्देह उत्पन्न होता है।"

3.3 'सार्क' संगठन का विकास

दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग संगठन— 'सार्क' के भारत, बांगला देश नेपाल, पाकिस्तान, श्रीलंका, भूटान और मालदीव सदस्य हैं। 'सार्क' का मुख्यालय नेपाल की राजधानी 'काठमाण्डू' में है। यह एक ऐसा क्षेत्रीय संगठन है जिसका उद्देश्य सहयोग के कुछ स्वीकृत क्षेत्रों में संयुक्त कार्यवाही के द्वारा सदस्य राज्यों के आर्थिक

और सामाजिक विकास की प्रक्रिया की गति को बढ़ाना है।

मई 1980 में बांगला देश के तत्कालीन राष्ट्रपति ने यह प्रस्ताव रखा कि "प्रादेशिक सहयोग की स्थापना की सम्भावनाओं का पता लगाने के लिए" दक्षिणी एशियाई देशों का शिखर सम्मेलन किया जाये। परन्तु भारत और पाकिस्तान में से एक ने भी इस विचार का स्वागत नहीं किया। उस समय भारत इस प्रदेश में अकेला महसूस कर रहा था। अफगानिस्तान, कम्बोडिया और हिन्द महासागर के सम्बन्ध में उसकी नीति अपने पड़ोसियों से भिन्न थी। भारत को आशंका थी कि 'सार्क' अथवा दक्षिणी एशिया प्रादेशिक सहयोग के द्वारा उसके पड़ोसी सम्मिलित रूप से यह प्रयास कर सकते हैं कि विश्व व्यापी तथा प्रादेशिक दोनों प्रकार के विषयों पर उसे अकेला कर दे तथा दक्षिणी एशिया में उसकी स्थिति को कमजोर कर दे दूसरी ओर पाकिस्तान को यह गलतफहमी थी कि यह प्रस्ताव भारत की पहल पर आया था ताकि भारत दक्षिणी एशिया में अपना आर्थिक प्रभुत्व स्थापित कर सके। अतः एक शिखर सम्मेलन के स्थान पर विदेश सचिवों की एक बैठक पर सहमति हुई। कुल मिलाकर विदेश सचिवों की सात बैठकें हुईं जिनमें से पहली कोलम्बो में अप्रैल 1981 में तथा सावती नयी दिल्ली में जुलाई 1983 में हुई। इसके बाद अगस्त 1983 में नयी दिल्ली में विदेश मंत्रियों की बैठक हुई जिसमें दक्षिणी एशियाई प्रादेशिक सहयोग अथवा 'सार्क' की घोषणा को स्वीकार करके कार्य योजना के एकीकृत प्रोग्राम का शुभारम्भ किया गया। ढाका में 7-8 दिसम्बर 1985 को दक्षिणी एशियाई देशों का प्रथम शिखर सम्मेलन हुआ जिसमें एक घोषणा पत्र या चार्टर को स्वीकार करके प्रादेशिक सहयोग के दक्षिणी एशियाई संघ अथवा 'सार्क' की स्थापना की गयी। 1998 तक 'सार्क' के 10 सम्मेलन हो चुके हैं, जो सार्क की सक्रियता का संकेत करते हैं। सार्क के विभिन्न सम्मेलनों का संक्षिप्त विवरण निम्नानुसार है—

सार्क का प्रथम सम्मेलन:

दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग संगठन-‘सार्क’ का प्रथम शिखर सम्मेलन बांग्ला देश की राजधानी ‘ढाका’ में 7-8 दिसम्बर 1985 को हुआ। जिसमें दक्षिण एशिया के सात देशों ने विभिन्न समस्याओं और भाई-चारे तथा सहयोग के विभिन्न पहलुओं पर विस्तार से विचार-विमर्श एवं विश्लेषण किया।

तालिका- 3.1

सार्क: वार्षिक शिखर सम्मेलन, 1985-1999

सम्मेलन	वर्ष	तिथि-माह	देश
प्रथम	1985	7-8 दिसम्बर	ढाका बांग्ला देश
द्वितीय	1986	16-17 नवम्बर	बंगलौर (भारत)
तृतीय	1987	2-4 नवम्बर	काठमाण्डू (नेपाल)
चतुर्थ	1988	29-31 दिसम्बर	इस्लामाबाद (पाकिस्तान)
पंचम	1990	22-23 नवम्बर	माले (मालदीव)
षष्ठ	1991	21 दिसम्बर	कोलम्बो (श्री लंका)
सप्तम्	1993	10-11 अप्रैल	ढाका (बांग्लादेश)
अष्टम्	1995	2-4 मई	नई दिल्ली (भारत)
नवम्	1997	12-14 मई	माले (मालदीव)
दसवाँ	1998	29-31 जुलाई	श्रीलंका, (कोलम्बो)
ग्यारहवा	1999	प्रस्तावित	नेपाल (काठमाण्डू)

सार्क का द्वितीय सम्मेलन

सार्क का द्वितीय शिखर सम्मेलन बंगलौर में 16-17 नवम्बर 1986 को सम्पन्न हुआ। सम्मेलन में सार्क का सचिवालय ‘काठमाण्डू’ में स्थापित किया गया। जिसके प्रथम महासचिव श्री अब्दुल हसन नियुक्त किये गये। सहयोग के क्षेत्र में नशीले पदार्थों की तस्करी रोकने, पर्यटन के विकास, रेडियो दूरदर्शन प्रसारण कार्यक्रम, विपदा प्रबन्ध पर अध्ययन- सम्मिलित किये गये और क्रियान्वयन हेतु एक समयबद्ध कार्यक्रम की घोषणा की गयी।

तृतीय शिखर सम्मेलन

सार्क का तीन दिवसीय तृतीय शिखर सम्मेलन नेपाल की राजधानी काठमाण्डू में 4 नवम्बर 1987 को सम्पन्न हुआ। जिसमें आतंकवाद की समस्या पर सभी राष्ट्रों ने खुलकर विचार किया। आतंकवाद निरोधक समझौता उस सम्मेलन की महत्वपूर्ण उपलब्धि थी। खाद्य सुरक्षा भण्डार की स्थापना एवं पर्यावरण की समस्या पर भी विचार विमर्श किया गया।

सार्क का चतुर्थ शिखर सम्मेलन:

सार्क का चतुर्थ शिखर सम्मेलन पाकिस्तान की राजधानी 'इस्लामाबाद' में 29-31 दिसम्बर 1988 को सम्पन्न हुआ। 'इस्लामाबाद घोषणा-पत्र' में दक्षेस 2000 एकीकृत योजना पर विशेष बल दिया गया। इस योजना के अन्तर्गत शताब्दी के अन्त तक क्षेत्र की एक अरब से अधिक आबादी को आवास और शिक्षा देने का प्रावधान किया गया। इसके साथ ही मादक द्रव्यों के खिलाफ संघर्ष का आह्वान भी किया गया। घोषणा-पत्र में परमाणु निरस्त्रीकरण पर बल देते हुए सकारात्मक अन्तर्राष्ट्रीय सम्बन्धों का नया माहौल बनाने का भी स्वागत किया गया और विकासशील देशों के बीच आपसी सहयोग बढ़ाने पर आह्वान करते हुए घोषणा-पत्र में दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग सघ के सदस्य देशों में क्षेत्रीय सहयोग बढ़ाने पर जोर दिया गया।

श्री राजीव गान्धी ने अपने भाषण में प्रथम, दक्षेस् महोत्सव का सदस्य देशों में आयोजन, द्वितीय सूचना व समाचारों का आदान-प्रदान तथा तृतीय निर्वाध आवागमन का सुझाव दिया।

सार्क का पाँचवां शिखर सम्मेलन:

दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग संगठन का पाँचवा शिखर सम्मेलन मालदीव की राजधानी माले में 23 नवम्बर 1990 को सम्पन्न हुआ। सम्मेलन में भारत के प्रधानमंत्री 'चन्द्रशेखर', पाकिस्तान के प्रधानमंत्री मिया 'नवाज शरीफ' व नेपाल के प्रधानमंत्री भट्टराय शामिल हुए। मालदीव के राष्ट्रपति 'श्री गयूम' को दक्षेस का नया अध्यक्ष बनाया गया।

शिखर सम्मेलन की समाप्ति पर सदस्य देशों के शासनाध्यक्षों ने माले घोषणा-पत्र पर हस्ताक्षर किये दक्षिण एशियाई देशों ने आर्थिक क्षेत्र में आपसी सहयोग मजबूत करने के लिए संयुक्त उद्योग स्थापित करने तथा क्षेत्रीय परियोजनाओं हेतु सामूहिक कोष गठित करने का निर्णय किया। सम्मेलन के नेताओं ने विकास शील देशों के लिए अधिक दिनों तक खाद्य-जुटाने के सम्बन्ध में जैव-प्रौद्योगिकी के महत्व तथा चिकित्सा सम्बन्धी आवश्यकताओं पर विशेष बल दिया। और इस क्षेत्र में सहयोग बढ़ाने का आह्वान किया। घोषणा-पत्र में आत्मनिर्भरता की आवश्यकता पर भी बल दिया गया। इस सम्मेलन में 1990 के दशक को "दक्षेस बालिका वर्ष" तथा 1991 को "दक्षेस आश्रय वर्ष" और 1993 को "दक्षेस विकलांग वर्ष" के रूप में मनाने का फैसला किया गया।

सार्क का छठा शिखर सम्मेलन:

सार्क का छठा शिखर सम्मेलन 21 दिसम्बर 1991 को श्रीलंका की राजधानी कोलम्बो में सम्पन्न हुआ। श्री लंका के राष्ट्रपति सार्क के नए अध्यक्ष बनाये गये। सम्मेलन में निम्नांकित समस्याओं पर बल दिया गया—

1. क्षेत्र में आतंकवाद को रोकने के लिए व्यापक सहयोग और सदस्य देशों में सूचनाओं का आदान-प्रदान करना।
2. निरस्त्रीकरण की सामान्य प्रवृत्ति का स्वागत इस आशा से किया गया कि उससे सैन्य शक्तियों को विश्व के अन्य भागों में संयम बरतने के लिए प्रेरणा मिलेगी।
3. मानव अधिकारों के प्रश्न को केवल संकीर्ण और विशुद्ध राजनीतिक दृष्टि से न देखकर आर्थिक और सामाजिक पहलू के साथ सम्बद्ध करके देखा जाये।
4. सार्क के सदस्य देशों के बीच व्यापार के उदारीकरण के लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए उसके संस्थागत ढाँचा के बारे में समझौता किया जाय।

- 5 गरीबी उन्मूलन के लिए एक सार्क समिति की स्थापना की जाये।
- 6 सन् 2000 ई तक क्षेत्र के सभी बच्चों को प्राथमिक शिक्षा की सुविधा प्रदान करायी जाय।

छठे शिखर सम्मेलन की सबसे महत्वपूर्ण एवं प्रशंसनीय बात यह रही है कि आर्थिक सहयोग समिति की यह सिफारिश की गयी कि एक "अन्तर-सरकारी दल" गठित किया जाये जो एक सस्थागत रूपरेखा तैयार करे और उस पर सहमति हासिल करे और इसके अन्तर्गत व्यापार के उदारीकरण के लिए कदम उठाये जाये। एक दूरगामी निर्णय यह भी लिया गया था कि क्षेत्रीय सस्थानों को समेकित करके एक कोष चलाया जाये तथा वित्तीय सस्थानों के विकास के लिए सार्क देशों की एक क्षेत्रीय परिषद गठित की जाये जो इस कोष की प्रबन्ध व्यवस्था दे।

सार्क का सातवां शिखर सम्मेलन:

सार्क का सातवां शिखर सम्मेलन 11 अप्रैल 1993 को बांगला देश की राजधानी ढाका में सम्पन्न हुआ। बांगलादेश की प्रधानमन्त्री 'बेगम खालिदा जिया' ने श्रीलंका के राष्ट्रपति 'प्रेमदासा' से सगठन की अध्यक्षता का कार्यभार ग्रहण किया। सम्मेलन में सार्क के सातों सदस्य देशों के शासनाध्यक्षों ने भाग लिया।

भारत के प्रधानमन्त्री पी. वी. नरसिंहराव तथा भारत के दक्षिण एशियाई पड़ोसियों ने अन्तर-क्षेत्रीय व्यापार को धीरे-धीरे उदार बनाने सम्बन्धी ढाका घोषणा-पत्र को स्वीकार किया और कहा कि दक्षेस देशों के बीच रियायती व्यापार के विनिमय के लिए पहले दौर की वार्ता आरम्भ करने के लिए आवश्यक कदम उठाये जाने चाहते हैं।

दक्षिण एशियाई वरीयता व्यापार समझौता साप्ता*¹ को मंजूरी दिये जाने से दक्षिण एशिया में आर्थिक सहयोग के एक नये युग का स्वागत हुआ। साप्ता का उद्देश्य दक्षिण एशिया में व्यापार सम्बन्धी बाधाओं को दूर करना है। साप्ता समझौते के तहत सार्क देशों के बीच अधिक उदार व्यापार व्यवस्था कायम किये जाने का प्रावधान है।

*1 South Asian Preferential Agreement - 'SA[TA'

सार्क का आठवां शिखर सम्मेलन

दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग सगठन— 'सार्क' का आठवां शिखर सम्मेलन भारत की राजधानी नयी-दिल्ली में 2-4 मई 1995 को सम्पन्न हुआ। इस सम्मेलन में 1995 को "दक्षेस गरीबी उन्मूलन वर्ष" तथा 1996 को "दक्षेस साक्षरता वर्ष" घोषित किया गया।

इस सम्मेलन में निम्न निर्णय लिये गये—

- 1 सन् 2005 तक 'दक्षिण एशियाई स्वतन्त्र व्यापार क्षेत्र'*¹ की स्थापना करना।
- 2 दक्षिण एशियाई वरीयता व्यापार व्यवस्था लागू करना।

सार्क का नौवां शिखर सम्मेलन:

दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग सगठन—'सार्क' का नौवां शिखर सम्मेलन 12-14 मई 1997 को मालदीव की राजधानी "माले" में सम्पन्न हुआ। जिसमें सातों देशों के राष्ट्राध्यक्षों शासनाध्यक्षों ने भाग लिया। शिखर सम्मेलन का उद्घाटन मालदीव के राष्ट्रपति "मैरून अब्दुल गयूम" ने किया। निवर्तमान अध्यक्ष "श्री इन्द्र कुमार गुजराल" के स्थान पर श्री गयूम को ही सर्वसम्मति से दक्षेस का नया अध्यक्ष चुना गया। दक्षेस को अधिक प्रभावपूर्ण बनाने के लिए भारत के प्रधानमन्त्री ने दक्षिण एशियाई आर्थिक समुदाय के गठन का प्रस्ताव किया। उन्होंने कहा कि सार्क राष्ट्रों का आर्थिक सहयोग अब आयात-निर्यात तक ही सीमित न रहकर पूँजी निवेश प्रोत्साहन, प्रतिबन्धात्मक नीतियों के समापन, उत्पादन मानकों में सुधार व समानता तथा व्यापारिक विवाद सुलझाने तक पहुँच गया। सम्मेलन के बाद जारी घोषणा-पत्र में निम्नलिखित निर्णय लिये गये—

1. दक्षिण एशियाई मुक्त व्यापार क्षेत्र की स्थापना सन् 2005 के स्थान पर सन् 2001 तक होकर लेना।
2. वर्ष 1997 की शेष अवधि को "ईयर आफ पार्टी शिपेटरी गोवरनेन्स" के रूप में मानना।
3. सन् 2002 तक निर्धनता उन्मूलन हेतु कार्य योजना तैयार करना।

सार्क का दसवां शिखर सम्मेलन

दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग सगठन दक्षेस अथवा 'सार्क' का दसवां शिखर सम्मेलन 29-31 जुलाई 1998 को श्रीलंका की राजधानी 'कोलम्बो' में भडार नाम के मेमोरियल इंटरनेशनल सभागार में सम्पन्न हुआ। सम्मेलन में भूटान नरेश स्वयं उपस्थित नहीं हो सके, किन्तु अन्य छ राष्ट्रों के राष्ट्राध्यक्षों ने भाग लिया। अद्घाटन समारोह में ही दक्षेस के निवर्तमान अध्यक्ष मैमून अब्दुल गयूम ने 'सार्क' की अध्यक्षता श्री लंका की राष्ट्रपति 'चंद्रिका' कुमार तुंगे' को सौंप दी। इस सम्मेलन के प्रमुख निर्णय निम्नलिखित थे—

- 1 सार्क के पूर्व दृष्टिकोण के अनुरूप दसवें शिखर सम्मेलन में व्यापक परमाणु निःशस्त्रीकरण का आवाहन किया गया।
- 2 घोषणा-पत्र में कहा गया है कि एनपीटी व सीटीबीटी संधियां नाभिकीय निःशस्त्रीकरण व विस्तार को रोकने में विफल रही हैं। घोषणा-पत्र में सभी राष्ट्रों से चाहे वह एन0 पी0टी0 पर हस्ताक्षरकर्ता है अथवा नहीं परमाणु अप्रसार की दिशा में पारदर्शक उपायों के साथ-साथ नाभिकीय अप्रसार के लिए आगे बढ़ने को कहा गया है।
3. दक्षिण एशिया में सन् 2002 तक निर्धनता निवारण तथा स्वतन्त्र व्यापार के लिए प्रस्तावित दक्षिण एशियाई स्वतन्त्र व्यापार समझौता—'साफ्टा' को सन् 2001 तक प्रभावी करने के लिए तेजी से कदम उठाने की बात घोषणा पत्र में की गयी है।
- 4 भारत के प्रधानमंत्री 'श्री अटल बिहारी वाजपेयी' ने अपने संबोधन में कहा कि भारत एक अगस्त 1998 से सार्क देशों से आयात किये गये लगभग 2000 उत्पादों पर से आयात प्रतिबन्धों को हटा लेगा तथा सार्क देशों के लिए भारतीय बाजार खोल देगा। उन्होंने 'सार्क' देशों को एक साथ धनवान बनाने का एक नया मन्त्र दिया।

3.4 सार्क के उद्देश्य, सिद्धान्त एवं सामान्य धाराएं

सन् 1983 में 'सार्क' घोषणा-पत्र पर आधारित इसके 'चार्टर' को अपनाया गया। 'सार्क' के चार्टर में दस धाराएं हैं जिनमें 'सार्क' के उद्देश्य, सिद्धान्त, सामान्य धाराओं, संस्थाओं तथा वित्तीय व्यवस्थाओं को परिभाषित किया गया है। चार्टर में वर्णित इसके उद्देश्य, सिद्धान्त एवं सामान्य धाराएं निम्न प्रकार हैं—

सार्क के उद्देश्य

दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग संगठन— 'सार्क' के निम्न उद्देश्य हैं—

- 1 दक्षिण एशिया के लोगों का कल्याण एवं उत्पन्न करना एवं उनके जीवन-उत्पन्न के स्तर को सुधारना।
- 2 क्षेत्र में आर्थिक विकास, सामाजिक प्रगति एवं सांस्कृतिक विकास की गति को तेज करना। साथ ही सभी व्यक्तियों को आत्मसम्मान से जीने का मौका उपलब्ध कराना एवं उन्हें उनकी पूरी क्षमताओं का अहसास कराना।
- 3 दक्षिण एशिया के देशों में पारस्परिक आत्म-विश्वास को बढ़ावा एवं मजबूती देना।
4. एक दूसरे की समस्याओं को समझना एवं पारस्परिक विश्वास बढ़ाने में योगदान करना।
- 5 आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक, तकनीकी एवं वैज्ञानिक क्षेत्रों में त्वरित संयोग एवं पारस्परिक सहायता को बढ़ावा देना।
- 6 दूसरे विकासशील देशों के साथ सहयोग को मजबूती प्रदान करना।
- 7 सामान्य अभिरूचियों के मुद्दों पर अन्तर्राष्ट्रीय मंचों पर आपसी सहयोग को मजबूती देना।
8. समान लक्ष्यों एवं अभिप्रायों के साथ अन्तर्राष्ट्रीय एवं क्षेत्रीय संगठनों के साथ सहयोग करना।

सार्क के सिद्धान्त

‘सार्क’ निम्न सिद्धान्तों पर आधारित है—

- 1 सघ के क्रिया-कलापो के ढांचों के अतर्गत समान सम्प्रभुता के सिद्धान्तों के प्रति आदर, प्रादेशिक एकजुटता, राजनीतिक स्वतन्त्रता, दूसरे देशों के आन्तरिक मामलों में कोई हस्तक्षेप नहीं करना तथा पारस्परिक लाभ पर आधारित सहयोग होगा।
- 2 ऐसा सहयोग द्विपक्षीय अथवा बहुपक्षीय सहयोग के एक विकल्प के रूप में नहीं होगा बल्कि पूरक के रूप में होगा।
- 3 ऐसा सहयोग द्विपक्षीय अथवा बहुपक्षीय जिम्मेदारियों के प्रति सामंजस्य-विहीन अथवा परस्पर विरोधी नहीं होगा।

सार्क की सामान्य धाराएं

सार्क की निम्न सामान्य धाराएं हैं

1. सभी स्तरों पर निर्णय सर्वसम्मति के आधार पर लिया जायेगा।
2. विचार-विमर्श से द्विपक्षीय एवं विवादास्पद मुद्दे अलग होंगे।

3.5 सार्क संगठन का व्यावहारिक रूप

‘सार्क’ संगठन के ढांचे को व्यवस्थित करने के लिए पहला व्यावहारिक कदम अगस्त, 1983 की मन्त्री-परिषद की बैठक में लिया गया। इस बैठक में एक दो-मुखी ढांचे को तकनीकी समिति एवं स्थायी समिति के रूप में स्थापित किया गया। तकनीकी समिति में कई अध्ययन एवं काम-काजी दल शामिल किये गये तथा स्थायी समिति में ‘सार्क’ के सदस्य देशों के सभी विदेश सचिव आते हैं।

इस दिशा में दूसरी महत्वपूर्ण स्थिति 1985 में तब आयी जब ढाका में सदस्य देशों के प्रधानों की पहली बैठक हुई। इस ढाका सम्मेलन में ‘सार्क’ चार्टर स्वीकार किया गया। सार्क चार्टर की धारा VIII में एक सचिवालय की स्थापना का उद्देश्य शामिल किया गया।

इस समय सगठन में एक स्थायी सचिवालय के साथ निम्न ढांचा सम्मिलित है—

1. सम्मेलन:*¹

संघ के सर्वोच्च अधिकारी प्रत्येक सदस्य देश के प्रधान होते हैं। यह सगठन का नीति-निर्माण करने वाला सर्वोच्च अधिकारी वर्ग होता है। इसकी बैठकें प्रायः प्रत्येक वर्ष बारी-बारी से सदस्य देशों में होती हैं। 1985 से 1998 के बीच सदस्य देशों के अध्यक्षों की दस बैठकें क्रमशः ढाका (1985), बगलौर (1986) काठमाण्डू (1987), इस्लामाबाद (1988), माले (1990) कोलम्बो (1991), ढाका (1993) नयी दिल्ली (1995), माले (1997) तथा कोलम्बो (1998) में हुई। ग्यारहवीं बैठक काठमाण्डू (1999) में होना प्रस्तावित है।

2. सार्क सचिवालय*²

सार्क सचिवालय की स्थापना काठमाण्डू (नेपाल) में 16 जनवरी 1987 को हुई। यह सार्क गतिविधियों के लागू होने की देख-रेख तथा अन्य गतिविधियों के बीच ताल-मेल रखने, संघ की बैठकों की सेवा तथा सार्क एवं अन्य अन्तर्राष्ट्रीय सगठनों के बीच संचार-तन्त्र के रूप में सेवा करने का कार्य करता है।

सचिवालय का एक प्रधान महासचिव होता है। महासचिव की नियुक्ति विदेश मंत्रियों की परिषद द्वारा होती है। महासचिव की नियुक्ति सदस्य देशों के बीच वर्णानुक्रम के अनुसार बारी-बारी से होती है। यह नियुक्ति दो वर्ष के लिए होती है जिसका दुबारा नवीनीकरण नहीं होता। सचिवालय में एक महासचिव, सात निदेशक तथा सामान्य सेवा कर्मचारी होते हैं। निदेशकों की नियुक्ति 'सार्क' के सदस्य देशों के नामजदगी पर महासचिव द्वारा होती है। यह नियुक्ति तीन वर्ष के लिए होती है, जिसे विशेष स्थितियों में सम्बन्धित सदस्य देशों के साथ विचार-विमर्श के बाद महासचिव द्वारा अधिक से अधिक तीन वर्ष के लिए बढ़ाया जा सकता है।

सचिवालय स्थापित करने की प्रारम्भिक लागत नेपाल द्वारा उपलब्ध करायी

*1. Summits

*2. SAARC Secretariat

गयी तथा आगे आने वाले खर्चों को सदस्य देशों द्वारा सहमत नियमों के आधार पर बाटा गया। परिणाम स्वरूप, भारत खर्च का 32% पाकिस्तान 25% तथा बांगला देश, नेपाल तथा श्रीलंका प्रत्येक 11% एवं भूटान तथा मालदीव प्रत्येक 5% का अपना योगदान दे रहे हैं।

मन्त्री परिषद

मन्त्री परिषद^{*1} में सदस्य देशों के सभी विदेश मन्त्री शामिल होते हैं। यह परिषद, नीतियों का निर्माण करना, प्रगति की समीक्षा करना, सहयोग के नये क्षेत्रों का निर्धारण करना, आवश्यकता समझने पर अतिरिक्त तन्त्र स्थापित करना तथा सघ की सामान्य अभिरूचि के अन्य मामलों पर निर्णय करना आदि कार्यों के लिए उत्तरदायी है। यह परिषद वर्ष में दो बार बैठक करती है। साथ ही सदस्य देशों की सहमति पर यह असामान्य बैठकें भी कर सकती है।

4. स्थायी समिति

स्थायी समिति^{*2} में सदस्य देशों के विदेश सचिव होते हैं। स्थायी समिति के निम्नलिखित कार्य हैं—

1. प्रोग्रामों में सह-सम्बन्ध एवं उनकी देख-रेख करना।
2. वित्तीय विधियों पर नजर रखना।
3. अन्तर क्षेत्रीय प्राथमिकताओं को निर्धारित करना।
4. आन्तरिक बाह्य संसाधनों को गतिमान करना तथा उचित अध्ययन के आधार पर सहयोग के नये क्षेत्रों की पहचान करना।

यह आवश्यकतानुसार अपनी कई बैठकें कर सकती हैं लेकिन व्यवहार में यह वर्ष में दो बैठकें करती हैं तथा अपनी रिपोर्ट मन्त्री परिषद को सौंपती है।

*1 Council of Ministers.

*2. Programming Committee

यह सदस्य देशों द्वारा प्रोजेक्ट के लागू करने से सम्बन्धित कार्यवाही समिति स्थापित कर सकती है। इसमें दो से अधिक सदस्य देश शामिल हो सकते हैं। लेकिन सभी सदस्य देश शामिल नहीं हो सकते हैं।

5. कार्यक्रम निर्माण समिति*¹

इसमें वरिष्ठ कर्मचारी शामिल होते हैं। यह सचिवालय के बजट को सही करने, कार्य-कलापो की वार्षिक सूची को अन्तिम रूप देने तथा स्थायी समिति द्वारा सौंपे गये किन्हीं अन्य मामलों को निपटाने का काम करती है। यह स्थायी समिति के सत्रों से पहले अपनी बैठकें करती है।

6. तकनीकी समिति*²

इसमें सभी सदस्य देशों के प्रतिनिधि शामिल होते हैं। यह कार्यक्रमों को सूत्रबद्ध करने तथा सम्बन्धित क्षेत्रों में प्रोजेक्ट तैयार करने का काम करती है। क्रियाकलापों के लागू करने तथा देख-रेख करने के लिए भी यह जिम्मेदार होती है तथा अपनी रिपोर्ट स्थायी समिति को सौंपती है। प्रत्येक तकनीकी समिति की अध्यक्षता प्रायः प्रत्येक दो वर्षों के अन्तराल पर वर्णानुक्रम के अनुसार सदस्य देशों के बीच घूमती रहती है। इस समय 12 तकनीकी समितियाँ, कृषि, संचार, वातावरण, स्वास्थ्य और जनसंख्या क्रियाएँ, ग्रामीण विकास, विज्ञान और प्रौद्योगिकी, पर्यटन, परिवहन हैं। ये समितियाँ सार्क सहयोग के स्वीकृत क्षेत्रों को व्यक्त करती हैं और 'स्पा' के अन्तर्गत आती हैं जो सार्क प्रक्रिया का एक मुख्य अंग हैं।

अन्य संस्थाओं के साथ सहयोग*³

सार्क ने अन्तर्राष्ट्रीय एवं क्षेत्रीय संगठनों के साथ सहयोग स्थापित किया है। यह सहयोग की व्यवस्था विभिन्न संस्थाओं के साथ राजी नामें पर हस्ताक्षर द्वारा होती है। फरवरी, 1993 में व्यापार-विश्लेषण तथा सूचना पद्धति पर सार्क-अकटाड समझौता

*1. Technical Committee

*2 Co- operation with other organisations.

*3. Economic and Social Commission for Asia and the Pacific-'ESCAP'

प्रपत्र पर हस्ताक्षर किये गये। यह सार्क का एक अन्तर्राष्ट्रीय संगठन के साथ सहयोग का पहला राजीनामा था। इसी तरह फरवरी 1994 में सार्क और इस्कैप^{*1} के बीच सहयोग का राजीनामा हुआ। इसका उद्देश्य सयुक्त अध्ययन द्वारा विकास के मुद्दों पर सहयोग, गरीबी उन्मूलन, मानव ससाधन विकास, व्यापार-प्रोत्साहन, विदेशी प्रत्यक्ष निवेश, पर्यावरण-संरक्षण, मद्य-निषेध तथा आधार भूत ढांचे के विकास में सूचना तथा प्रमाण का आदान-प्रदान एवं सम्मेलन इत्यादि करना था। इसी तरह इसमें 'सयुक्त राष्ट्र विकास कार्यक्रम'^{*2} के साथ जुलाई, 1995 में सयुक्त राष्ट्र विकास कार्यक्रम के साथ 18 अगस्त 1995 को तथा दिसम्बर, 1995 में कोलम्बो योजना एवं जुलाई 1996 में यूरोपीय समुदाय के साथ महत्वपूर्ण आर्थिक समझौते किये।

3.6 सार्क कोष^{*3}

वित्तीय कठिनाइयों को दूर करने के उद्देश्य से निम्न कोष स्थापित किये गये हैं—

1. सार्क-जापान विशेष कोष^{*4}

सार्क-जापान विशेष कोष की स्थापना, सार्क क्षेत्र से सम्बन्धित कार्यवाही एवं कार्यक्रमों को वित्त प्रदान करने के लिए जापान सरकार के राजी होने के साथ ही हुई थी। 27 दिसम्बर 1993 की काठमाण्डू में 'सार्क' महासचिव एवं जापान के राजदूत के बीच इस कोष की रूपरेखा से सम्बन्धित पत्रों का आदान-प्रदान हुआ। इस कोष में 5 लाख अमरीकी डालर हैं। इसके दो भाग हैं—

प्रथम के अनुसार, सदस्य देशों द्वारा पहचान की गयी एवं व्यवस्थित चुने हुए कार्यक्रमों एवं कार्यवाहियों को वित्त प्रदान करने के लिए राशि खर्च की जायेगी।

दूसरे भाग के अनुसार, राशि जापान सरकार द्वारा चिह्नित एवं व्यवस्थित कार्यक्रमों एवं कार्यवाहियों पर खर्च की जायेगी।

*1. United Nations Development - 'UNDP'

*2 SAARC Funds

*3 SAARC Japan Special Fund

*4 South Asian Development Fund- 'SADF'

2. दक्षिण एशियाई विकास कोष*¹

सन् 1991 में क्षेत्रीय प्रोजेक्ट के लिए 'सार्क' कोष*² 50 लाख डालर की प्रारम्भिक पूँजी के साथ स्थापित किया। साथ ही 'सार्क क्षेत्रीय कोष'*³ की स्थापना भी की गयी। जिसका उद्देश्य "कार्य के एकीकृत कार्यक्रम"*⁴ के अन्तर्गत उन कार्यवाहियों एवं प्रोगामों को वित्त उपलब्ध कराना था जो वित्तीय कठिनाइयों के कारण पूरी नहीं हो पायी थी। आठवें 'सार्क' सम्मेलन के दौरान दक्षिण एशियाई विकास कोष की स्थापना का निर्णय लिया गया था जिसमें पहले के दोनों कोषों का मिला दिया गया। इसकी निम्न तीन शाखाएँ हैं—

प्रथम, प्रोजेक्ट की पहचान एवं विकास करने के लिए द्वितीय, सस्थागत तथा मानव ससाधन विकास प्रोजेक्टों के लिए। तृतीय, सामाजिक विकास तथा आधारभूत ढांचे के विकास से सम्बन्धित प्रोजेक्टों के लिए।

3.7 व्यापार और विपणन सहयोग*⁵

सार्क ने सदस्य देशों के बीच महत्वपूर्ण क्षेत्रों में सहयोग के लिए कदम उठाये हैं, जिनमें व्यापार और विपणन 'सार्क व्यापार समझौता' अथवा अधिमानी (वरीयता) है।

दक्षिण एशियाई वरीयता व्यापार समझौता—साप्ता*⁶

सार्क देशों के बीच व्यापार एवं विपणन सहयोग करने हेतु 7 दिसम्बर 1995 से साप्ता समझौता लागू किया गया। इसकी उत्पत्ति 1991 में व्यापार, विपणन—विनिमय विनिर्माण और सेवाओं के क्षेत्र में एक क्षेत्रीय अध्ययन*⁷ हुई जिसमें महत्वपूर्ण आर्थिक

*1. SAARC Fund for Regional Projects- 'SFRP'

*2. SAARC Regional Fund- 'SRF'

*3. Intergrated Programme of Action- 'IPA'

*4. Trade and Economic Co-operation

*5. South Asian Preferential Trading Arrangement- 'SAPTA'

*6. Regional Study on Trade, Manufactures and Services

*7. Inter- Government Group- IGG.

क्षेत्रों में क्षेत्रीय सहयोग को प्रोत्साहित करने के लिए अनेक सिफारिशें की गयीं। इस अध्ययन को एक प्रारूप के रूप में 'अन्तर सरकारी ग्रुप'*¹ ने अन्तिम रूप दिया जिसे आर्थिक सहयोग समिति और अन्य उच्च सार्क समितियों ने अनुमोदित किया। परिणामस्वरूप, ढाका में सातवें 'सार्क' सम्मेलन के दौरान 11 अप्रैल 1993 को सदस्य देशों के मन्त्रियों ने साफ्टा¹ समझौते पर हस्ताक्षर किये जिसमें एक प्रस्तावना और 25 धाराएँ हैं।

साफ्टा की मुख्य विशेषताएँ

साफ्टा की मुख्य विशेषताएँ निम्नलिखित हैं—

1. साफ्टा के उद्देश्य—

साफ्टा एक सविदात्मक समझौता है जो सार्क सदस्य देशों के बीच अन्तर क्षेत्रीय व्यापार एवं विपणन का धीरे-धीरे उदारीकरण करने से सम्बन्धित नियमों का एक ढाँचा प्रस्तुत करता है। इसका मुख्य उद्देश्य टैरिफ, परा टैरिफ, और गैर-टैरिफ उपायों पर रियायतों के लेन-देन द्वारा सार्क राज्यों के बीच परस्पर व्यापार और आर्थिक सहयोग को प्रोत्साहित और कायम रखना है।

2. साफ्टा के सिद्धान्त—

साफ्टा निम्नलिखित सिद्धान्तों पर आधारित है—

- (1) सभी राज्यों की पारस्परिकता और आदान-प्रदान के आधार पर समान लाभ प्रदान होंगे परन्तु इसके लिए उनके अपने-अपने आर्थिक और औद्योगिक विकास के स्तरों, विदेश व्यापार ढाँचे, व्यापार और टैरिफ नीतियों और प्रणालियों का ध्यान रखा जायेगा।
- (2) साफ्टा समझौते का क्रमिक अवस्थाओं में धीरे-धीरे सुधार और विस्तार किया जायेगा, जिसका थोड़े-थोड़े समय में पुनरीक्षण भी होगा।
- (3) साफ्टा समझौता न्यूनतम विकसित सदस्य देशों के लिए विशेष और अधिमानी व्यवहार को प्रदान करने पर बल देता है।

*1. Contracts

3. साप्ता का विषय क्षेत्र

साप्ता समझौते के अनुसार सदस्य देशों द्वारा एक दूसरे को दी गयी रियायतों में सभी प्रकार की वस्तुएँ जैसे विनिर्मित, कच्चे, अर्द्ध-सशोधित और सशोधित रूपों में शामिल होंगी।

इसमें व्यापार, उदारीकरण टैरिफ, परा-टैरिफ और प्रत्यक्ष व्यापार उपायों से सम्बन्धित अधिमानिक व्यवस्थाओं द्वारा किया जायेगा।

यह व्यापार-वर्ताओं के विभिन्न तरीकों की ओर संकेत करता है, जैसे- वस्तु-दर-वस्तु सम्पूर्ण टैरिफ कटौतियों, क्षेत्रीय व्यवस्थाएँ आदि।

4. अल्प विकसित देशों के लिए विशेष अधिमानी व्यवहार-

साप्ता अपने अल्प विकसित, सदस्य देशों को, समझौते से समान लाभ प्राप्त कराने के लिए विशेष और अधिक सहायता प्रदान करने हेतु निम्न अतिरिक्त उपायों का वर्णन करता है-

- (i) अन्य सदस्य देशों द्वारा उनकी उत्पादन क्षमताएँ बढ़ाकर विपणन एवं औद्योगिक सहयोग द्वारा उनकी निर्यात सम्भावनाओं को प्रोत्साहित करना।
- (ii) प्रशिक्षण, निर्यात प्रोत्साहन, विपणन सहायता, साख सुविधाओं आदि से इन देशों की व्यापार सुविधाएँ बढ़ाकर।
- (iii) शुल्क मुक्त पहुँच, विशिष्ट टैरिफ अधिमानों पर टैरिफ और गैर-टैरिफ उपायों आदि द्वारा विशेष व्यवहार प्रदान करके।
- (iv) निर्यात के स्तर को निरन्तर कायम रखने के लिए दीर्घकालीन संविदाओं*¹ के समझौते द्वारा।
- (v) अन्य सदस्य देश अपने लिए सुरक्षा उपाय अपनाकर अल्पविकसित देशों के निर्यात पर विशेष ध्यान देकर।

*1. Balance of payments and Saleguard Measures.

(vi) अल्प विकसित देशों द्वारा आपात स्थितियों के दौरान और अस्थायी तौर पर व्यापार रूकावटों को प्रारम्भ और चालू रखने में अधिक लोचशीलता अपना कर।

5. व्यापार शेष और सुरक्षा उपाय*¹

एक सदस्य राज्य को यह अधिकार प्राप्त है कि जब वह गम्भीर आर्थिक समस्याओं, जिनमें व्यापार शेष सम्बन्धी कठिनाइयाँ भी शामिल हैं, से घिरा हो तो वह साप्ता के अन्तर्गत प्राप्त रियायतों को अस्थायी तौर से स्थगित कर सकता है।

साप्ता समझौते में सदस्य देशों के लिए कुछ सुरक्षा उपाय भी किये गये हैं—

प्रथम यदि किसी वस्तु को इस समझौते के अन्तर्गत रियायत प्राप्त है और वह किसी अन्य सदस्य देश में इस ढंग से है तथा इतनी मात्रा में आयात की जाती है जिससे आयातक देश को गम्भीर हानि होती है तो वह उस वस्तु को दी गयी रियायत को अस्थायी तौर से स्थगित कर सकता है।

द्वितीय व्यापार शेष और सुरक्षा उपायों को किसी सदस्य देश द्वारा अपनाने के लिए समझौता सूचना, विचार विमर्श और झगड़ा निपटाने की विधियों का उल्लेख करता है ताकि कोई सदस्य देश मनमानी न कर सके।

6. समझौता की हुई रियायतों का विस्तार—

साप्ता के अन्तर्गत स्वीकृत रियायतें, सिवाय उनके जो विशेषतः अल्प विकसित देशों को दी गयी हों, सभी सदस्य राज्यों को बिना शर्त दी जायेगी।

7. भागीदारों की समिति

साप्ता के भागीदारों की एक समिति है जो इस समझौते के कार्यान्वयन में हुई उन्नति का पुनरीक्षण करने के लिए वर्ष में कम से कम एक बार मिलती है। यह इस समझौते से उत्पन्न होने वाले व्यापार प्रसार के लाभ के बारे में सुनिश्चित करती है कि वे समान रूप से सभी सदस्य देशों को प्राप्त हों।

*1. Committee on Economic Co-operation- 'CEC'

8. समझौते का न लागू होना—

इस समझौते की धाराएँ सदस्य देशों पर निम्न स्थितियों में नहीं लागू होंगी—

यदि किसी सदस्य देश में समझौता होने से पहले किसी अन्य सदस्य देश को व्यापार अधिमान दिये हुए है या दिये जाने है और किसी तीसरे देश के साथ द्विपक्षीय, बहुपक्षीय और बहुपक्षीय समझौते एवं इसी तरह की व्यवस्थाएँ हैं।

9. रियायतों को वापस लेना और उनका संशोधन—

कोई भी सदस्य देश जिसने रियायतें दी हुई हों वह तीन वर्षों की अवधि के पश्चात् 'आर्थिक सहयोग पर समिति'^{*1} को रियायतों के वापस लेने अथवा संशोधित करने के लिए सूचित करेगा। इसके लिए वह देश दूसरे देश के साथ विचार-विमर्श करेगा और यदि आवश्यक हो तो उचित मुआवजे पर समझौता करेगा। यदि दोनों में छ महीने के अन्दर कोई समझौता नहीं होता तो जो देश रियायतों को वापस लेने से प्रभावित होता है उसे आर्थिक सहयोग पर समिति समान रियायतें पहले देश से वापस अथवा संशोधित करने के लिए कह सकती है। परन्तु यदि कोई देश साप्ता को छोड़ देता है तो अन्य सदस्य देश उसे दी गयी सभी रियायतें समाप्त करने के लिए स्वतन्त्र होंगे।

10. साप्ता को छोड़ना^{*2}

कोई भी सदस्य देश साप्ता को छोड़ सकता है लेकिन ऐसा करने के लिए सार्क सचिवालय को छ महीने पहले नोटिस देना आवश्यक है और साथ ही आर्थिक सहयोग पर समिति को सूचित करना आवश्यक है।

इस प्रकार साप्ता अन्तर क्षेत्रीय व्यापार का प्रसार करने के लिए गठित एक संस्था है। जिसका उद्देश्य सार्क देशों के बीच धीरे-धीरे व्यापार रुकावटों को समाप्त करके वर्ष 2005 तक 'साप्ता' (दक्षिण एशियाई मुक्त व्यापार क्षेत्र)^{*3} स्थापित करना है। 'साप्ता' की घोषणा 18 दिसम्बर को 'सार्क' देशों के विदेश मंत्रियों द्वारा नयी दिल्ली में की गयी थी।

*1. Withdrawal from SAPTA

*2 South Asian Free Trade- Area- 'SAFTA'

*3. SAPTA Trade Talks and Concessions

साप्ता व्यापार वार्ता तथा रियायतें

साप्ता के अन्तर्गत व्यापार रियायतो के लिए वार्ताएँ एक अन्तर शासकीय ग्रुप द्वारा की जाती हैं। यह व्यवस्था लाभ के आदान-प्रदान और पारस्परिक समझौते के आधार पर कार्य करती है। इसमें सदस्य देशों का विकास दर, विदेश व्यापार का ढँचा और व्यापार सम्बन्धित नीतियों पर विचार किया जाता है। सार्क देशों के बीच व्यापार प्रवाहों के मार्ग में आने वाली टैरिफ और गैर टैरिफ रुकावटों को दूर करने के प्रयास किये जाते हैं।

साप्ता के प्रारम्भ से अभी तक व्यापार समझौतों के दो दौर समाप्त हो चुके हैं और तीसरा दौर चल रहा है। प्रथम दौर में सदस्यों ने परस्पर टैरिफ रियायतों के लिए 226 मदों को लिया। सबसे बड़ा देश होने के कारण भारत ने 106 वस्तुओं पर टैरिफ रियायतें दी जो 10% और 100% के बीच थी। पाकिस्तान ने 35 पर, श्रीलंका ने 31 पर, मालदीव ने 178 पर नेपाल ने 14 पर बांग्ला देश ने 12 पर और भूटान ने 11 वस्तुओं पर टैरिफ रियायतें अन्य देशों को दी। बदले में भारत को पाकिस्तान से 24 वस्तुओं पर, श्रीलंका से 14 और बांग्ला देश से 5 वस्तुओं पर टैरिफ रियायतें प्राप्त हुईं। जो अधिकतर चालू टैरिफ का 10% थी। सभी टैरिफ रियायतें 7 दिसम्बर 1995 से लागू हुईं। दूसरे दौर की वार्ताओं में 1975 से वस्तुओं पर टैरिफ रियायतों का आदान-प्रदान हुआ। ये रियायतें 1 मार्च 1997 से लागू हो गयीं। वार्ताओं के दोनों दौर में भारत ने 1000 वस्तुओं पर व्यापार रियायतें प्रदान कीं।

तीसरे दौर की वार्ता जुलाई 1997 से चालू है। इस वार्ता ने 6000 से 7000 मदें रियायतों के लिए चुने जाने उद्देश्य है। जुलाई 1998 में सम्पन्न कोलम्बो में सार्क के दसवें सम्मेलन में भारत ने 2000 वस्तु ग्रुपों पर आयात रुकावटें हटाने की घोषणा की। तदनुसार 1 अगस्त 1998 से विभिन्न प्रकार की उपभोक्ता और टिकाऊ वस्तुओं को सदस्य देशों से बिना लाइसेंस और बिना टैरिफ भारत में आने की अनुमति दी गयी। परन्तु शर्त यह है कि सूचित मदें वस्तुएं नयी हो और 'सार्क' देश में ही बनायी गयी हो।

कोलम्बो सम्मेलन में दक्षिण एशियाई मुक्त व्यापार क्षेत्र—‘साफ्टा’ समझौते को वर्ष 2005 से लागू करने की घोषणा की गयी, तब सार्क देशों के बीच मुक्त व्यापार स्थापित हो जाएगा।

सार्क प्रगति के पन्द्रह वर्ष

‘सार्क’ की विधिवत घोषणा दिसम्बर 1985 में सदस्य देशों के मध्य आर्थिक सामाजिक एवं सांस्कृतिक विकास के उद्देश्यों को पूरा करने के लिए की गयी थी। इन उद्देश्यों को साकार रूप देने के लिए ‘सार्क’ सचिवालय की स्वतन्त्र स्थापना काठमाण्डू (नेपाल) में किया गया। ‘सार्क’ सचिवालय का तकनीकी ‘स्टाफ’ ‘सार्क’ क्षेत्र के मध्य क्षेत्रीय सहयोग को बढ़ावा देने के लिए निरन्तर प्रयास करती है। सहयोग के विभिन्न क्षेत्र हैं— कृषि एवं संचार, यातायात एवं पर्यटन आदि। ‘सार्क’ देशों में सहयोग के इन क्षेत्रों के अतिरिक्त औद्योगिक एवं व्यापार सम्बन्धों को भी स्थापित करने का प्रयास किया गया है, किन्तु इसमें अपेक्षित सफलता की गुंजाइश बनी हुई है। इसी तरह की विरोधी स्थितियाँ तकनीकी हस्तान्तरण संयुक्त विपणन कम्पनियाँ, निवेश, आदि क्षेत्रों में भी विद्यमान हैं। यद्यपि इन अवरोधों को दूर करने के लिए ‘सार्क’ देशों के बीच रियायती प्रशुल्कों पर व्यापार करने के लिए ‘सार्क’ वरीयता व्यापार समझौता अथवा ‘साफ्टा’ को सदस्य देशों के बीच 7 दिसम्बर 1995 से लागू कर दिया गया। इस रियायती व्यावहार प्रणाली का सर्वप्रथम प्रस्ताव श्रीलंका ने दिसम्बर 1991 में ‘सार्क’ देशों के छठे शिखर सम्मेलन में प्रस्तुत किया था। जिसमें 1997 तक ‘साफ्टा’ को प्रारम्भ करने का निर्णय लिया गया था। नयी रियायती व्यापार एवं विपणन प्रणाली को 1995 में ही शुरू करने का निर्णय मई 1995 में नयी दिल्ली में सम्पन्न हुए सार्क के आठवें शिखर सम्मेलन के दौरान लिया गया था, जो ‘सार्क’ के पक्ष में एक शुभ संकेत है। शुभ संकेत की इसी कड़ी में आपसी व्यापार एवं विपणन के लिए भविष्य में दक्षिण एशिया क्षेत्र में एक व्यापारिक गुट ‘साफ्टा’ अथवा ‘दक्षिण एशियाई मुक्त व्यापार समझौता’ को स्थगित करने का भी प्रस्ताव ‘सार्क’ के सदस्य देशों ने लिये है। ‘सार्क’ देशों के मध्य एक मुक्त (स्वतन्त्र) व्यापार क्षेत्र ‘साफ्टा’ के सन् 2005 तक स्थापित हो जाने की संभावना है।

उल्लेखनीय है कि सार्क के सात सदस्य देशों के बीच प्रारम्भ में 226 वस्तुओं के व्यापार पर 10% से 100% तक की रियायत प्रशुल्क दरे आरोपित करने की व्यवस्था की गयी है, जिसमें सर्वाधिक 106 वस्तुओं पर रियायत (छूट) भारत सरकार द्वारा प्रस्तुत की गयी है। यद्यपि 'सार्क' देशों का विश्व व्यापार में प्रतिशत हिस्सा 1% से भी कम है, फिर भी 'नाफ्टा' तथा 'यूरोपीय आर्थिक समुदाय' के एकीकरण के सन्दर्भ में 'सार्क' देशों की नयी व्यापार व्यवस्था 'साफ्टा' एवं स्वतन्त्र व्यापार व्यवस्था— 'साफ्टो' दक्षिण एशियाई देशों के व्यापारिक एवं विपणन सहयोग की दृष्टि से अत्यन्त महत्वपूर्ण है।

'सार्क' के दसवें शिखर सम्मेलन 29-31 जुलाई 1998 में श्रीलंका की राजधानी 'कोलम्बो' में भण्डार नायक मेमोरियल, अन्तर्राष्ट्रीय सभागार में सम्पन्न हुआ। इस सम्मेलन के प्रमुख निर्णय निम्नलिखित थे—

- 1 'सार्क' के पूर्व दृष्टिकोण के अनुरूप दसवें शिखर सम्मेलन में व्यापक परमाणु निःशस्त्रीकरण का आह्वान किया गया।
- 2 घोषणा पत्र में कहा गया है कि एनपीटी व सीटीबीटी सन्धियों नाभिकीय निःशस्त्रीकरण व विस्तार को रोकने में विफल रही हैं, घोषणा-पत्र में सभी देशों से चाहे, वह एनपीटी पर हस्ताक्षर कर्ता है अथवा नहीं परमाणु अप्रसार की दिशा में पारदर्शक उपायों के साथ-साथ नाभिकीय अप्रसार के लिए आगे बढ़ने को कहा गया है।
- 3 दक्षिण-एशिया में सन् 2002 तक निर्धनता निवारण तथा स्वतन्त्र व्यापार के लिए प्रस्तावित 'साफ्टा' को सन् 2001 तक प्रभावी करने के लिए तेजी से कदम उठाने की बात घोषणा-पत्र में कही गयी है।
- 4 भारत के प्रधान मन्त्री अटल बिहारी वाजपेयी ने अपने सम्बोधन में कहा कि भारत 1 अगस्त 1998 से 'सार्क' देशों से आयात किये गये लगभग 2000 उत्पादों पर से आयात प्रतिबन्धों को हटा लेगा तथा 'सार्क' देशों के लिए भारतीय बाजार खोल देगा। उन्होंने 'सार्क' देशों को एक साथ धनवान बनने का एक नया मन्त्र दिया।

टिप्पणी एवं संदर्भ

- 1 एन साइक्लोपीडिया ब्रिटैनिका, यूनीवर्सिटी आफ शिकागो, पन्द्रहवा एडीसन, वाल्यूम 14, 1985 पृ0 188
- 2 डब्लू फ्रिडमैन एन इन्ट्रोडक्सन टू वर्ल्ड पालिटिक्स (मैकमिलन) पृ0 219
- 3 "कन्टीन्यूटी एंड चेज इन पावर पालिटिक्स इन साउथ एशिया विद स्पेशल रेफरेश टू इंडोपाक रिलेशंस फ्राम 1971 टू 1987" डॉ0 दिनेश कुमार द्वारा प्रस्तुत अप्रकाशित पी एच डी थीसिस, 1988 पृ0 154–155
- 4 सामान्य अध्ययन, 1999–2000, पृ0 160
- 5 ESCAP- Economic and Social Commission for Asia and the Pacific.
- 6 IPA- Integrated Programme of Action
- 7 IGG- Inter Governmental Group.
- 8 राधवन (1995) पृ0 xx

अध्याय-4

सार्क के सदस्य देश

दक्षिणी एशिया "प्रदेश" के विकास के लिए दक्षिणी एशियाई देशों ने पारस्परिक सहयोग को प्रभावशाली बनाने तथा प्रादेशिक सहयोग के लिए 'दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग सगठन' "सार्क" का गठन किया जिसका मुख्यालय नेपाल की राजधानी 'काठमाण्डू' में स्थित है। सार्क के सदस्य देश हैं— भारत, पाकिस्तान, बांगलादेश, नेपाल, श्रीलंका, भूटान तथा मालदीव।

यह भौगोलिक तथा सांस्कृतिक रूप से दक्षिणी एशिया का एक अद्भुत एवं विविधता पूर्ण क्षेत्र है। भूमंडलीकरण (वैश्वीकरण)^{*1} के फलस्वरूप सम्पूर्ण विश्व को यदि हम एक देश के रूप में स्वीकार करें तो इसमें दक्षिणी एशिया नामक सहयोग क्षेत्र को एक प्रदेश के रूप में माना जा सकता है। इस 'तथाकथित प्रदेश'^{*2} के देश, क्षेत्र और जनसंख्या, भाषा एवं धर्म, में एक दूसरे से भिन्न हैं किन्तु सहयोग के लिए आवश्यक राजनीतिक एवं आर्थिक सकल्प विद्यमान है। 'सार्क' के 'कार्य के एकीकृत कार्यक्रम'^{*3} तरह क्षेत्रों में सहयोग के लिए प्रारम्भ किये गये हैं। ये क्षेत्र हैं— (1) कृषि, (2) शिक्षा, (3) स्वास्थ्य एवं जनसंख्या गतिविधियाँ, (4) अन्तरिक्ष विज्ञान, (5) डाक सेवाएँ, (6) नशीले पदार्थों के व्यापार की रोकथाम (7) ग्रामीण विकास, (8) विज्ञान एवं तकनीकी, (9) खेल, (10) कला एवं संस्कृति, (11) तार एवं सदेश-वाहन (12) पर्यटन एवं यातायात, तथा (13) विकास में महिलाओं की भागीदारी।

'सार्क' के सदस्य देशों में भारत दक्षिणी एशियाई प्रदेश का सबसे 'बड़ा' देश है। पाकिस्तान, बांगलादेश, क्रमशः दूसरे एवं तीसरे बड़े देश हैं। नेपाल, भारत के उत्तर में स्थित है। भारत के दक्षिण एवं दक्षिण-पश्चिम में क्रमशः श्रीलंका और मालदीव दोनों हिन्द महासागर में स्थित 'द्वीप समूह' हैं।

प्रस्तुत अध्याय- 4 उक्त देशों के भौगोलिक, सामाजिक, सांस्कृतिक, राजनीतिक एवं आर्थिक बिन्दुओं पर एक सामान्य परिचय कराता है। इस अध्याय के अनुभाग 4.1 में

*1 Globalisation

*2 So called State

*3. Integrated Programme of Action- 'I.P.A'

भारत, अनुभाग 42 में पाकिस्तान, अनुभाग 43 में बांगला देश, अनुभाग 44 में नेपाल, अनुभाग 45 में श्रीलंका, अनुभाग 46 में भूटान, तथा अनुभाग 47 में मालदीव का सामान्य परिचय कराया गया है।

4.1 भारत

दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग संगठन— 'सार्क' के सदस्य देशों में 'भारत' का बहुत ही महत्वपूर्ण स्थान है। 'भारत' एशिया महाद्वीप के दक्षिणी भाग में स्थित है।

भारत का अक्षांश एवं देशान्तर्रीय विस्तार क्रमशः $8^{\circ}4'$ उत्तरी अक्षांश से $37^{\circ}6'$ उत्तरी अक्षांश तथा $68^{\circ}7'$ पूर्वी देशान्तर से $97^{\circ}25'$ पूर्वी देशान्तर तक है। भारत का कुल क्षेत्रफल 3287263 वर्ग किमी है। जो विश्व के क्षेत्रफल का लगभग 2.2% है। क्षेत्रफल की दृष्टि से भारत का विश्व में सातवां किन्तु दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग संगठन— 'सार्क' के देशों में पहला स्थान है।

आक्सफोर्ड स्कूल एटलस (1993) के अनुसार 1991 में भारत की कुल जनसंख्या 84 करोड़ 43 लाख थी जो 11 मई सन् 2000 तक बढ़कर 100 करोड़ गयी। भारत में विश्व की कुल जनसंख्या का 16% जनसंख्या निवास करती है। जनसंख्या की दृष्टि से विश्व में 'भारत' का 'दूसरा' स्थान है।

तालिका 4.1

क्षेत्रफल की दृष्टि से 'सार्क' देशों की स्थिति

देश	क्षेत्रफल (वर्ग किमी में)	जनसंख्या (1991 के अनु०)
1 भारत	3287263	844324222
2 पाकिस्तान	803943	105400000
3 बांगला देश	144020	113340000
4 नेपाल	141400	18000000
5 श्रीलंका	65609	16810000
6 भूटान	46600	1400000
7 मालदीव	298	219000

भारत की आकृति पूर्णतः त्रिभुजाकार न होकर 'चतुष्कोणीय' है। धरातलीय बनावट के अनुसार भारत को चार भागों में विभाजित किया गया है वे भाग हैं— हिमालय का पर्वतीय क्षेत्र, उत्तर का विशाल मैदान, दक्षिण का पठारी क्षेत्र तथा समुद्र तटीय मैदान।

भारत की धरातलीय बनावट में भिन्नता होने के कारण जलवायु सम्बन्धी दशाओं में भी बड़ी भिन्नता पायी जाती है। कर्क रेखा भारत को दो भागों— 'उत्तर और दक्षिण' में विभाजित करती है। उत्तरी-पश्चिमी भाग में थार-का विशाल मरुस्थल है जहाँ वर्ष भर में 25 सेण्टीमीटर से भी कम वर्षा होती है जबकि उत्तरी और पूर्वी भाग में वार्षिक वर्षा का औसत 1087 सेमी रहा है।

भारत के उत्तरी भाग का तापमान शून्य डिग्री सेण्टीग्रेड से भी कम हो जाता है। जैसे— जैसे हम उत्तर से दक्षिण की ओर बढ़ते जाते हैं तापमान भी बढ़ता जाता है, जिसका प्रमुख कारण 'भूमध्य रेखा' से दूरी का कम होना है। जहाँ उत्तरी भाग का तापमान 0°C होता है तो वही मरुस्थलीय भाग का उच्चतम तापमान 50°C तथा दक्षिणी भाग का न्यूनतम तापमान 20°C के लगभग पाया जाता है। इस प्रकार स्पष्ट है कि भारत में जलवायु की दशाओं में देश के विभिन्न भागों में अन्तर होता है।

ब्लैफोर्ड² ने भारत की जलवायु की विभिन्नताओं का उल्लेख करते हुए कहा है कि "हम भारत की जलवायु के विषय में कह सकते हैं, जलवायु के विषय में नहीं, क्योंकि स्वयं विश्व में जलवायु की इतनी विषमताएँ नहीं मिलती जितनी अकेले भारत में।" मार्सडेन के अनुसार³ "विश्व की समस्त जलवायुएँ भारत में पायी जाती हैं।"

भारत के धरातलीय बनावट में भिन्नता होने के कारण, भारत के विभिन्न भागों में विभिन्न प्रकार की मिट्टी भी पायी जाती है। पर्वतीय क्षेत्रों में चूने वाली मिट्टी, चिकनी मिट्टी, पर्वतीय, मैदानी भागों में दोमट मिट्टी, चिकनी दोमट, बलुई मिट्टी, चिकनी मिट्टी, आदि तथा पठारी क्षेत्रों में लैटराइट मिट्टी, चिकनी मिट्टी पायी जाती है। स्पष्ट है कि भारत में लगभग सभी प्रकार की मिट्टी पायी जाती है।

मिट्टी कृषक की अमूल्य सम्पदा है; देश का सम्पूर्ण कृषि उत्पादन इसी पर ही निर्भर करता है। भारत की जलवायु एवं मिट्टी दोनों ही विभिन्न खाद्यान्न फसलों के उत्पादन

के अनुकूल है। इसलिए बड़े पैमाने पर खाद्य एवं पेय फसलो का उत्पादन किया जाता है। चावल, गेहूँ, गन्ना, ज्वार, बाजारा, मक्का, दलहन, तिलहन, जूट, कपास चाय, तम्बाकू आदि भारत की प्रमुख फसले हैं। जिसमें गन्ना, जूट, कपास, अरहर, तिलहन, चाय, सुपारी आदि व्यावसायिक एवं मुद्रा दायिनी फसले हैं।

भारत की संस्कृति एवं समाज-व्यवस्था विश्व की प्राचीनतम संस्कृतियों एवं समाज-व्यवस्था में से एक है। मिस्र, यूनान, रोम और भारत की संस्कृतियाँ विश्व की प्राचीनतम संस्कृतियों में से हैं। समय के साथ विश्व की अन्य प्राचीन संस्कृतियाँ तो नष्ट हो गयीं। अब उनके अवशेष मात्र ही बचे हैं। प्राचीन रोमन और यूनानी धर्मों का आज कोई अनुयायी नहीं है उनके द्वारा दिये गये विचारों से आज कोई प्रेरित नहीं होता, किन्तु हजारों वर्ष बीत जाने पर भी भारत की आदि संस्कृति एवं समाज व्यवस्था आज भी जीवित है। आज भी हम भारत के वैदिक धर्म को मानते हैं, और पवित्र वैदिक मन्त्रों का तन्मयता के साथ यज्ञ एवं हवन के समय उच्चारण करते हैं, तथा विवाह वैदिक रीति से होता है, गौंव-पचायत, जाति-प्रथा, संयुक्त परिवार प्रणाली आज भी विद्यमान हैं। गीता, बुद्ध, और महावीर के उपदेश आज भी इस देश में जीवित और जागृत हैं, आध्यात्मवाद, प्रकृति-पूजा, पवित्र धर्म, कर्म, और पुनर्जन्म, सत्य, अहिंसा और अस्तेय के मूल आधार आज भी इस देश के लोगों को प्रेरित करती हैं। भारतीय जीवन के मूल आधार आज भी वही हैं जो प्राचीन-भारत में थे। अनेक उत्थान और पतन तथा विदेशी आक्रमण के बादजूद आज भी भारतीय समाज एवं संस्कृति का प्रकाशमय दीपक प्रज्वलित है।

भारत में सभी धर्मों, जातियों प्रजातियों एवं सम्प्रदायों के प्रति उदारता, सहिष्णुता एवं प्रेम-भाव पाया जाता है। हमारे यहाँ समय-समय पर अनेक विदेशी संस्कृतियों का आगमन हुआ और सभी को फलने-फूलने का अवसर उपलब्ध रहा। यहाँ किसी भी संस्कृति का दमन नहीं किया गया और न ही किसी समूह पर संस्कृति थोपी ही गयी। अल्पसंख्यक और बहुसंख्यक दोनों की संस्कृतियाँ समान रूप से विद्यमान हैं। हिन्दू, सिक्ख, मुसलमान, बौद्ध, जैन, ईसाई सभी अपनी विशेषताएँ बनाये हुए हैं। अपवादों को छोड़कर हमारे यहाँ धार्मिक युद्ध एवं साम्प्रदायिक संघर्ष नहीं हुए हैं।

भारतीय समाज एव सस्कृति मे भौतिक सुख और भोग लिप्सा को कभी भी जीवन का ध्येय नहीं माना गया। भारतीय समाज से आत्मा और ईश्वर के महत्व को स्वीकार किया गया है और शारीरिक सुख के स्थान पर मानसिक एव आध्यात्मिक आनन्द को सर्वोपरि माना गया है। धर्म और आध्यात्मिकता भारतीय समाज व सस्कृति की आत्मा है। इसमे भोग एव त्याग का सुन्दर समन्वय पाया जाता है।

भारत के विभिन्न क्षेत्रों मे निवास करने वाले लोगों के परिवार, विवाह, रीति-रिवाजों, वस्त्र शैली, आदि मे पर्याप्त भिन्नता पायी जाती है इसके बावजूद भी भारतीय समाज, व्यवस्था एव सस्कृति मे एकता के दर्शन होते हैं। आध्यात्मवाद ईश्वर धार्मिक कर्मकाण्ड, पुन जन्म, स्वर्ग-नरक, आदि मे सभी भारतीयों का विश्वास है। हिन्दुओं एवं मुसलमानों मे परस्पर कला, धर्म, खान-पान, रहन-सहन, भाषा एव साहित्य आदि, के क्षेत्र में आदान-प्रदान होने के कारण समन्वय स्थापित हुआ है।

भारत विभिन्न धर्मों की जन्मभूमि है। हिन्दू, जैन, बौद्ध एव सिक्ख धर्मों का उदय भारत मे ही हुआ है तथा इस्लाम और इसाई धर्म विदेश से आयात किये गये हैं। प्रत्येक धर्म मे कई मतमतान्तर एवं सम्प्रदाय पाये जाते हैं और उनके नियमों एव मान्यताओं मे अनेक विविधताएँ हैं। इतने के बावजूद भी विभिन्न धर्मावलम्बी सदियों से भारत मे एक साथ रह रहे हैं। ऊपरी तौर पर इन धर्मों मे हमें भिन्नता दिखायी देती है किन्तु सभी धर्म आध्यात्मवाद, ईश्वर नैतिकता, दया, ईमानदारी, पाप, पुण्य, स्वर्ग-नरक, सत्य अहिंसा, आदि मे विश्वास करते हैं। देश के विभिन्न भागों मे स्थित तीर्थ-स्थानों ने विभिन्न धर्म के लोगों मे एकता का संचार किया है तथा धार्मिक सहिष्णुता एवं समन्वय की भावना से भी एकीकरण में योगदान दिया है।

भारत के विभिन्न भागों में हिन्दी, उर्दू, कश्मीरी, पंजाबी, सिन्धी, गुजराती, राजस्थानी, बिहारी, उडिया, आसामी, तेलगू, तमिल, कन्नड एवं मलयालम, आदि भाषाएँ बोली जाती हैं। भाषा की इस विविधता के बावजूद भी सभी भाषाओं पर सस्कृति का प्रभाव होने के कारण उनमें एकरूपता पायी जाती है। एक भाषीय लोग देश के विभिन्न भागों मे बसे हुए हैं। भारतीय संविधान में "हिन्दी" को राष्ट्र भाषा के रूप में स्वीकार किया गया है। दूसरे शब्दों में हम कह सकते हैं कि भारत के विभिन्न भागों में लोगों के रहन-सहन में बड़ी भिन्नता पायी जाती है। यहाँ अनेक धर्म व जाति के लोग रहते हैं। उनके खान-पान, वेश-भूषा रहन-सहन और

रीति-रिवाज में बड़ी विविधता देखने को मिलती है फिर भी हम सब मिलजुलकर रहते हैं— क्योंकि हम एक देश के निवासी हैं। इसीलिए कहा जाता है 'भारत में विविधता में एकता' है।

भारत की कुल जनसंख्या का 52.2% जनसंख्या साक्षर है। महिलाओं की तुलना में पुरुषों की साक्षरता दर अधिक है। पुरुषों की साक्षरता 64.1% तथा महिलाओं की साक्षरता 39.3% है। साक्षरता दर में वृद्धि करने तथा सभी को साक्षर बनाने के लिए सरकार अनेक योजनाएँ संचालित कर रही है। इन योजनाओं में पोषाहार योजना, मध्याह्न भोजन की व्यवस्था, अनिवार्य छात्रवृत्ति योजना 'निःशुल्क पुस्तक वितरण' योजना, आदि प्रमुख हैं।

राजनीतिक दृष्टि से भी विश्व के मानचित्र में भारत की स्थिति बड़ी अनूठी है। यूरोप तथा अमेरिका के पश्चिमी भाग से भारत लगभग समान दूरी पर स्थित है। भारत की अन्तर्राष्ट्रीय राजनैतिक स्थलीय सीमा उत्तर पूर्व में नेपाल, भूटान और चीन, पूर्व में बांग्लादेश, वर्मा पश्चिम तथा उत्तर-पश्चिम में क्रमशः पाकिस्तान तथा अफगानिस्तान स्थित है। भारत के ठीक दक्षिण में हिन्द महासागर तथा श्रीलंका और दक्षिण-पूर्व में बंगाल की खाड़ी तथा दक्षिण-पश्चिम में अरब सागर और 'सार्क' का सबसे छोटा सदस्य देश मालदीव स्थित है। 'पाकिस्तान' एवं अपवादों को छोड़कर भारत का सभी अन्य सार्क देशों तथा विश्व के देशों से राजनैतिक सम्बन्ध अच्छे रहे हैं। इसके साथ ही साथ अपनी आवश्यकताओं की पूर्ति तथा—मधुर सम्बन्ध बनाये रखने के लिए अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर वस्तुओं का लेन-देन लगभग विश्व के सभी देशों से होता है। भारत का दक्षिणी भाग प्रायद्वीपीय अर्थात् तीन-ओर से समुद्र से घिरा हुआ है। यहाँ भारत के बड़े-बड़े बन्दरगाह स्थित हैं, इन्हीं बन्दरगाहों से विभिन्न वस्तुओं का आयात-निर्यात, विश्व के लगभग सभी देशों से होता है।

भारत की कुल जनसंख्या का लगभग 70% जनसंख्या गाँवों में शेष शहरों में रहती है। ग्रामीण जनसंख्या का मुख्य व्यवसाय 'कृषि' है। आरम्भ में भारत की राष्ट्रीय आय का मुख्य स्रोत 'कृषि' ही था, परन्तु अब धीरे-धीरे राष्ट्रीय आय में कृषि का योगदान कम होता जा रहा है। सन् 1950-51 में 'कृषि' का राष्ट्रीय आय में योगदान 55.40% तथा 1960-61 में 52% था, जो 1997-98 में घटकर 27.5% हो गया। इसके अतिरिक्त रोजगार, औद्योगिक विकास, तथा अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार की दृष्टि से भी कृषि का बहुत अधिक महत्व है। सूती वस्त्र, चीनी, वनस्पति, बागान उद्योग तथा हथकरघा, बुनाई, तेल आदि बहुत से लघु एवं

कुटीर उद्योगों को कृषि से ही कच्चा माल प्राप्त होता है। इसी प्रकार अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार का अधिकांश भाग कृषि से ही जुड़ा है। वर्ष 1997-98 में देश के निर्यात में कृषि वस्तुओं का अनुपात लगभग 18.8% तथा कृषि से बनी वस्तुओं का अनुपात लगभग 22% रहा है।

4.2 'पाकिस्तान'

भारत का पड़ोसी 'सार्क' सदस्य देश 'पाकिस्तान', भारत पश्चिम दिशा में स्थित है। 14 अगस्त 1947 के पूर्व पाकिस्तान, भारत का ही भूभाग था, किन्तु स्वतन्त्रता प्राप्ति के समय ही हिन्दू-मुस्लिम भेद भाव के भारतीय भूभाग का बँटवारा हो गया और मुस्लिम बहुल क्षेत्र को 'पाकिस्तान' की सज़ा दी गयी। तभी से यहाँ एक स्वतन्त्र राष्ट्र है। पाकिस्तान, 60° 55' पूर्वी देशान्तर से 75° 35' पूर्वी देशान्तर तक फैला हुआ है। पाकिस्तान का कुल क्षेत्रफल 803943 वर्ग किमी है। आक्सफोर्ड स्कूल एटलस (1993) के अनुसार वर्ष 1991 में पाकिस्तान की कुल जनसंख्या 10 करोड़ 54 लाख थी। वर्तमान समय में इसकी जनसंख्या लगभग 12 करोड़ हो गयी है। पाकिस्तान की राजधानी 'इस्लामाबाद' है।

पाकिस्तान की धरातलीय बनावट एक समान नहीं है। इसके भू-क्षेत्र में पर्वत, पठार, मैदान और मरुस्थल सभी पाये जाते हैं। पाकिस्तान का उत्तर-पश्चिमी भाग 'पर्वतीय' तथा दक्षिणी-पश्चिमी भाग 'पठारी' एवं मध्यवर्ती भाग मैदानी है। इसके पर्वतीय क्षेत्र को पर्वतारोहियों का स्वर्ग कहा जाता है। मैदानी भाग का निर्माण, पाकिस्तान की प्रमुख नदी सिन्धु एवं उसकी सहायक नदियों के द्वारा बहाकर लाये हुए अवसादों के जमने से हुआ है, जिसके कारण यह बहुत ही उपजाऊ है। इसके मैदानी भाग का निर्माण सिन्धु नदी के निक्षेपों से होने के कारण 'पाकिस्तान' को 'सिन्धु का वरदान' कहा जाता है। सिन्धु नदी के पूर्व में मरुस्थलीय क्षेत्र का विस्तार है, जिसमें कई किलोमीटर लम्बे रेत के टीले पाये जाते हैं।

पाकिस्तान की धरातलीय बनावट में भिन्नता होने के कारण यहाँ की जलवायु में भी भिन्नता पायी जाती है। ग्रीष्मकाल में कड़ी गर्मी तथा शीतकाल में कड़ी सर्दी पड़ती है, अधिकांश मौसम 'शुष्क' एवं स्वच्छ रहता है। ग्रीष्मऋतु में तापमान लगभग 49° सेन्टीग्रेड तक पहुँच जाता है। पाकिस्तानी भू-क्षेत्र, अरब सागर मानसूनी शाखा से बाहर और बंगाल की खाड़ी से दूर होने के कारण वहाँ तक पहुँचते ही उसकी आर्द्रता समाप्त हो जाती है, जिसके

कारण पाकिस्तान में कम वर्षा होती है। शीतऋतु में भूमध्य सागरीय चक्रवातों से कुछ वर्षा हो जाती है। किन्तु पाकिस्तान में नहरों का जाल बिछा हुआ है। नहरों से ही सिंचाई का कार्य होता है।

पाकिस्तान के मैदानी भाग का निर्माण सिन्धु एवं उसकी सहायक नदियों के अवसाद से होने के कारण यह बहुत ही उपजाऊ है। यहाँ 253 लाख हेक्टेयर भूमि कृषि योग्य है, जिसमें मुख्य रूप से गेहूँ, गन्ना, कपास, ज्वार, बाजारा, तथा मक्का की खेती होती है। पाकिस्तान की अधिकांश जनसंख्या कृषि में लगी हुई है।

पाकिस्तान के सामाजिक एवं सांस्कृतिक एवं पहलू का अध्ययन करने से पता चलता है कि— इसका जनसंख्या घनत्व 99 व्यक्ति प्रति वर्ग किमी है। पाकिस्तान के पहाड़ी तथा मरुस्थलीय भागों में जन-घनत्व बहुत ही कम है। पाकिस्तान में 'इण्डो आर्यन' समूह के लोग अधिक हैं। पाकिस्तान में 14% ईसाई, 15% हिन्दू तथा 96% मुसलमान हैं। मुसलमानों के अधिकता के कारण ही इसे 'मुस्लिम राष्ट्र' की संज्ञा दी गयी है। इस देश की कुल जनसंख्या का लगभग 75% जनसंख्या गाँवों में निवास करती है। पाकिस्तान का शासकीय धर्म 'इस्लाम' होने के कारण अरब राष्ट्रों से पाकिस्तान को अधिकाधिक सहायता प्राप्त होती है। जिससे अनेक इस्लामी धार्मिक केन्द्र, जलापूर्ति, शिक्षा आदि की व्यवस्था की जा रही है। पाकिस्तान की साक्षरता 26% है। यहाँ लिखने-पढ़ने, गिनने, नापने आदि की प्रथा पहले से ही मौजूद है।

पाकिस्तान की राष्ट्रीय भाषा 'उर्दू' हैं, इसके अतिरिक्त यहाँ पंजाबी, पश्तो आदि भाषाएँ भी बोली जाती हैं। पाकिस्तान के निवासियों का जीवन भारतवासियों के रहन-सहन से मिलता-जुलता है। पाकिस्तान के पुरुष सलवार-कमीज, लुगी, कुर्ता, टोपी पहनते हैं। स्त्रियाँ अधिकतर सलवार कमीज व बुरका पहनती हैं।

पाकिस्तान की राजनैतिक स्थिति का विहंगाव लोकन करने से स्पष्ट होता है कि इसकी पश्चिमी सीमा पर ईरान, उत्तरी तथा उत्तर-पश्चिमी सीमा पर अफगानिस्तान, दक्षिणी सीमा पर अरब सागर एवं पूर्वी सीमा पर 'भारत' स्थित है। भारत और पाकिस्तान के बीच की सीमा रेखा 'रेडक्लिफ' पूर्णतः स्थलीय एवं कृत्रिम है, जो कश्मीर से प्रारम्भ होकर पंजाब, पश्चिमी राजस्थान, एवं कच्छ की सीमा तक फैली है। पाकिस्तान में कुल छः प्रान्त क्रमशः

बलूचिस्तान पंजाब, सिन्ध, उ०प्र० सीमान्त, सघ शासित जन जातीय प्रदेश, तथा सधिय राजधानी प्रदेश—इस्लामाबाद है। आरम्भिक काल में पाकिस्तान की राजधानी 'करँची' थी किन्तु 1959 में 'रावलपिण्डी' तथा वर्तमान समय में 'इस्लामाबाद' है।

पाकिस्तान की विदेश नीति का आधार 'भारत—विरोध' रहा है। कश्मीर का प्रश्न, इस नीति की प्रमुख अभिव्यक्ति है। कश्मीर दिलाने में जो राष्ट्र पाकिस्तान की सहायता करे, वह उसका मित्र है और जो इसके विरुद्ध आचरण करे वह पाकिस्तान का शत्रु है। पाकिस्तान अंग्रेजी हुकूमत की 'फूट डालो और राज्य करो' की कूटनीतिक भावना से ग्रसित होने, तथा भारत के प्रति घृणा की नीति अपनाने के फलस्वरूप स्वयं इस नीति का शिकार हो गया और 17 दिसम्बर 1971 को 'पश्चिमी ओर पूर्वी पाकिस्तान' के रूप में दो टुकड़ों में विभाजित हो गया। यही पश्चिमी पाकिस्तान ही वर्तमान 'पाकिस्तान' के नाम से जाना जाता है। 'पूर्वी पाकिस्तान' को 'बांग्ला देश' के नाम से स्वतन्त्र राष्ट्र घोषित कर दिया गया। कूटनीतिक भावना से ग्रसित होने के कारण पाकिस्तान, भारत द्वारा 'शान्ति एवं मित्रता' के बढ़ाये हुए 'हाथ' को टुकरा दिया और कुछ विदेशी शक्तियों को दुष्टेणा से कई बार भारत पर आक्रमण किया किन्तु उसे भारत के सामने नतमस्तक होना पड़ा।

इसके फलस्वरूप पाकिस्तान ने 1976 से आर्थिक सामाजिक एवं कूटनीतिक—सांस्कृतिक सम्बन्धों के लिए भारत से सन्धि की, किन्तु यह सब मात्र एक दिखावा ही था, अन्दर से भारत के प्रति पाकिस्तान ईर्ष्या की भावना में डूबा रहा किन्तु भारत पाकिस्तान से सदैव मधुर सम्बन्ध बनाने के प्रयास में लगा रहा। इसी सन्दर्भ में भारतीय प्रधानमंत्री " श्री अटल बिहारी वाजपेयी" ने 20 फरवरी 1999 को पश्चिमी सीमा पर बाघा चौकी से लाहौर तक 'बस' सेवा का संचालनकर सद्भावना—यात्रा की।" पाकिस्तान ने इस बस सेवा एवं यात्रा का स्वागत किया किन्तु भारत के कश्मीर राज्य पर अपना अधिपत्य जमाने के लिए अन्दर ही अन्दर भारी संख्या में अपने घुसपैठियों को, बटालिक, ड्रास, और कारगिल आदि क्षेत्रों में जाल बिछा दिया और अन्ततः जून 1999 में पुनः भारत और पाकिस्तान के बीच 'कारगिल युद्ध' छिड़ गया और तभी से भारत और पाकिस्तान के बीच की दूरी पुनः बढ़ गयी। दुःख का कोई अद्यतन कारण नहीं है बल्कि 'पाकिस्तान' के प्रादुर्भाव काल से ही चला आ रहा है।

भारत के विभाजन के पूर्व पाकिस्तानी क्षेत्र, भारत का एक कृषि प्रधान प्रदेश था, जो विभाजन के फलस्वरूप पाकिस्तान के हिस्से में पड़ा। इसलिए पाकिस्तान की आय का मुख्य स्रोत कृषि ही रहा है गेहूँ, चावल, गन्ना और कपास पाकिस्तान की मुख्य फसलें हैं। अच्छी किस्म के लम्बे रेशे वाले अक्षरों की कपास पैदा किये जाते हैं जिसका भारी मात्रा में विदेशों को निर्यात करता है। खनिज उत्पादन एवं कच्चे माल की कमी के कारण पाकिस्तान का औद्योगिक विकास बहुत ही नाममात्र का ही हो पाया था किन्तु 1947 के बाद पाकिस्तान ने अपने आर्थिक, सामाजिक, एवं औद्योगिक विकास के लिए विभिन्न पंचवर्षीय योजनाओं का संचालन किया। इन योजनाओं की सहायता से पाकिस्तान में खाद्यान्न एवं कच्चेमाल का उत्पादन तो बढ़ा ही इसके साथ-साथ नये-नये उद्योगों जैसे— इन्जीनियरिंग, रसायान, सूती वस्त्र, जूट, चीनी, चमड़ा, और कालीन आदि उद्योगों की स्थापना हुई।

4.3 बांग्लादेश

भारत का पड़ोसी 'सार्क' सदस्य— 'बांग्ला देश' भारत के पूर्व में स्थित है। सन् 1971 के पूर्व बांग्ला देश, पाकिस्तान का ही भूभाग था, कूटनीतिक भावना एवं आपसी भेदभाव के कारण पाकिस्तान, पश्चिमी एवं पूर्वी पाकिस्तान के रूप में दो भागों में विभाजित हो गया। पश्चिमी भाग में पजाबियों एवं पूर्वी भाग में बंगालियों की अधिकता के कारण इसे क्रमशः 'पाकिस्तान' और 'बांग्ला देश' की संज्ञा दी गयी। इसके फलस्वरूप 'पूर्वी पाकिस्तान' को 1971 में पूर्ण रूप से स्वतन्त्र राष्ट्रघोषित कर दिया और तभी से बांग्ला देश का जन्म हुआ।

बांग्ला देश विस्तार $20^{\circ}15'$ उत्तरी अक्षांश से $26^{\circ}50'$ उत्तरी अक्षांश तक एवं 88° पूर्वी देशान्तर से $92^{\circ}45'$ पूर्वी देशान्तर तक है। बांग्लादेश का क्षेत्रफल 141020 वर्ग किमी है।^१ आक्सफोर्ड स्कूल एटलस (1993) के अनुसार 1991 में बांग्ला देश की जनसंख्या 11 करोड़ 34 लाख थी जो वर्तमान समय में बढ़कर लगभग 14 करोड़ हो गयी है। बांग्ला देश की राजधानी 'ढाका' है।

बांग्लादेश का अधिकांश भू-भाग मैदानी है। इस मैदानी भाग का निर्माण, गंगा-ब्रह्मपुत्र तथा उनकी सहायक नदियों द्वारा लाये हुए अवसादों के जमने से हुआ है। गंगा-ब्रह्मपुत्र तथा उनकी सहायक नदियों में प्रतिवर्ष बाढ़ आने से नये अवसाद फैल जाते

है फलस्वरूप मैदान की उर्वरा शक्ति में वृद्धि हो जाती है। इस मैदानी भाग की समुद्रतल से ऊँचाई 25 मीटर से भी कम होने के कारण नदियों का प्रवाह मन्द हो जाता है जिसके कारण बंगाल की खाड़ी में डेल्टाई प्रदेश का विस्तार होता जा रहा है।

बांगला देश की जलवायु मानसूनी है। ग्रीष्मऋतु में अत्यधिक गर्मी तथा शीतऋतु में अत्यधिक ठण्डी पड़ती है। ग्रीष्मऋतु में औसत तापमान 37°C तथा शीतऋतु में 17°C के आस-पास रहता है। वार्षिक वर्षा का औसत 175 सेमी से भी अधिक होता है। बांगला देश में अधिकांश वर्षा मार्च से अक्टूबर तक बंगाल की खाड़ी के मानसून से होती है। जैसे- जैसे हम पूर्व से पश्चिम की ओर बढ़ते जाते हैं वर्षा की मात्रा घटती जाती है। बांगला देश बिल्कुल समुद्र के किनारे स्थित होने के कारण मार्च एवं अप्रैल महीने में भी थोड़ी बहुत वर्षा हो जाती है।

बांगला देश का सम्पूर्ण भाग समतल उपजाऊ मैदान है। धान तथा जूट यहाँ की मुख्य फसल है। इसके अतिरिक्त 'चाय' की भी खेती होती है। बांगला देश, जूट उत्पादन की दृष्टि से विश्व में प्रथम स्थान पर है। इस देश की जनसंख्या कृषि के अतिरिक्त उद्योगों में भी लगी हुई है। कुछ लोग नदियों, जलाशयों तथा समुद्र में मछली पकड़ने का कार्य करते हैं। "चावल और मछली" यहाँ के लोगों का मुख्य भोजन है।

बांगला देश की राष्ट्रभाषा "बांगला" है। इसके अतिरिक्त 'उर्दू' भाषा का भी प्रयोग होता है। देश की जनसंख्या का लगभग 95% जनसंख्या बांगाली भाषा का प्रयोग करती है। बांगला देश की संस्कृति, भाषा, लोकाचार, खान-पान, रहन-सहन, वेश भूषा, सामाजिक आर्थिक व्यवस्था, जीवन शैली आदि पाकिस्तान से भिन्न है। इसी भिन्नता के कारण ही पाकिस्तान का पुनः बटवारा- पश्चिमी पाकिस्तान और पूर्वी पाकिस्तान के रूप में हुआ।

बांगला देश में हिन्दू, मुस्लिम, बौद्ध और इसाई आदि सम्प्रदाय के लोग रहते हैं। बांगला देश में बांगला देश की कुल जनसंख्या का 86.6% मुसलमान 12.1% हिन्दू तथा शेष बौद्ध, इसाई आदि सम्प्रदाय के लोग हैं। अतः स्पष्ट है कि बांगला देश का प्रमुख धर्म "इस्लाम" है।

बांगला देश की कुल जनसंख्या का लगभग 33% जनसंख्या साक्षर है। स्त्रियों की तुलना में पुरुष अधिक साक्षर हैं। अर्थात् बांगला देश में स्त्रियों की तुलना में पुरुषों अर्थात् लड़कियों की तुलना में लड़कों की शिक्षा पर विशेष ध्यान दिया जाता है। बांगला देश

मे स्त्रियो की तुलना मे पुरुषो की साक्षरता “दुगुनी” है।

बागला देश की राजनैतिक स्थिति पर दृष्टि डालने से पता चलता है कि दक्षिण एव दक्षिण-पूर्वी सीमा को छोड़कर शेष ओर से यह देश भारतीय राज्यों से घिरा हुआ है। पश्चिम एव उत्तर-पश्चिम मे पश्चिम बंगाल, उत्तर मे मेघालय एव आसाम, तथा पूर्व मे त्रिपुरा भारत के राज्य है, तथा दक्षिण-पूर्व मे ‘बर्मा’ और दक्षिण मे “बंगाल की खाड़ी” है। बागला देश की सीमाओ का सम्पर्क भारतीय राज्यों से अधिक होने के कारण ही प्रादुर्भाव काल से ही दोनो के मधुर सम्बन्ध रहे है। दोनो देश अपनी आर्थिक, सामाजिक, राजनीतिक स्थिति को मजबूत बनाने के लिए समय-समय पर अनेक समझौता किये है।

भारत एव बागला देश अपनी आर्थिक एव राजनीतिक स्थिति को मजबूत करने के लिए विगत वर्ष 19 जून 1999 को ‘कलकत्ता’ (भारत) से बागला देश की राजधानी ‘ढाका’ तक ‘बस सेवा’ का संचालन किया, तथा भारत, बागलादेश को अपनी ढाचागत सुविधाओ के विकास के लिए 2 अरब का ऋण देने के लिए 20 जून 1999 को सहमत हुआ। इसी सन्दर्भ मे भारतीय प्रधानमन्त्री श्री अटल बिहारी वाजपेयी तथा बागला देश की प्रधानमन्त्री श्रीमति शेख हसीना ने एक समझौते पर हस्ताक्षर भी किये जिससे दोनो के सम्बन्धो मे प्रगाढता आयी है।^१

कृषि बागला देश के अर्थतन्त्र की आधार शिला है। खनिजो के अभाव एवं कच्चेमाल की कमी के कारण बागला देश का औद्योगिक विकास अल्पमात्रा मे हुआ है। इस प्रकार सम्पूर्ण अर्थव्यवस्था कृषि पर ही निर्भर है। कृषि से न केवल सकल घरेलू उत्पाद का आधा (507) भाग प्राप्त होता है बल्कि देश की 80% कार्यशील जनसख्या को जीवन-यापन के लिए रोजगार भी मिलता है। चावल जूट, गन्ना, चाय देश की प्रधान फसले हैं। मछली पकड़ना प्रमुख व्यवसाय है। इसके अतिरिक्त, जूट, कागज, सीमेण्ट आदि के भी कल-कारखाने हैं।

4.4— नेपाल

नेपाल, भारत का एक निकटतम पड़ोसी तथा दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग संगठन— ‘सार्क’ का सदस्य देश है। यह भारत के उत्तर में हिमालय पर्वत की सुरम्य गोद मे स्थित है।

नेपाल का विस्तार $26^{\circ}20'$ उत्तरी अक्षांश से $30^{\circ}10'$ उत्तरी अक्षांश तक तथा $80^{\circ}4'$ पूर्वी देशान्तर से $88^{\circ}12'$ पूर्वी देशान्तर के मध्य है। पूरब से पश्चिम तक इसकी लम्बाई लगभग 880 किलोमीटर तथा उत्तर से दक्षिण तक इसकी चौड़ाई लगभग 230 किलोमीटर है। आक्सफोर्ड स्कूल एटलस— (1993) के अनुसार नेपाल का कुल क्षेत्रफल 141400 वर्ग किलोमीटर है। नेपाल, क्षेत्रफल की दृष्टि से दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग सगठन— 'सार्क का चौथा' बड़ा देश है। भारत के पड़ोसी देशों में भी क्षेत्रफल की दृष्टि से चौथा स्थान है।

आक्सफोर्ड स्कूल एटलस— (1993) के ही अनुसार 1991 में नेपाल की कुल जनसंख्या 1 करोड़ 80 लाख थी, वर्तमान समय में नेपाल की कुल जनसंख्या 2 करोड़ हो जाने का अनुमान है। जनसंख्या की दृष्टि से भी 'सार्क' देशों में नेपाल का चौथा स्थान है।

नेपाल की धरातलीय संरचना में काफी विषमता है। इसका 73% भूभाग पर्वतीय तथा शेष भूभाग भोंवर व तराई वाला है। नेपाल के कुल क्षेत्रफल का लगभग 15% भूभाग वर्ष भर बर्फ से ढका रहता है। धरातलीय बनावट के आधार पर नेपाल को पाँच प्राकृतिक भागों में बाटा गया है। ये भाग हैं— तराई प्रदेश, शिवालिक प्रदेश, महाभारत लेख श्रेणी प्रदेश, मध्यवर्ती पर्वतीय प्रदेश तथा हिमालय पर्वत का उच्च प्रदेश। नेपाल के कुल क्षेत्रफल का 20% भूभाग 3000 मीटर 50% भाग 1500 मीटर तथा 10% भाग 300 मीटर से अधिक ऊँचा है। जैसे—2 हम दक्षिण से उत्तर की ओर बढ़ते जाते हैं ऊँचाई बढ़ती जाती है। उत्तर के पर्वतीय भाग की ऊँचाई 8000 मीटर से भी अधिक है। विश्व के दस सर्वोच्च शिखरों में आठ शिखर नेपाल में ही स्थित हैं। विश्व का सर्वोच्च पर्वत शिखर "एवरेस्ट" नेपाल में ही स्थित है, जिसकी ऊँचाई 8848 मीटर है। उत्तर में हिमाच्छादित भूभाग से निरन्तर बहने वाली नदियाँ उद्गमित होती हैं। गण्डक, कोसी, कर्नाली तथा घाघरा नेपाल की प्रमुख नदियाँ हैं।

नेपाल की धरातलीय संरचना में विषमता होने के कारण यहाँ की जलवायु में भी अत्यधिक भिन्नता पायी जाती है। फिर भी अपवादों को छोड़कर यहाँ की जलवायु मानसूनी ही है। काठमाण्डू की घाटी में ग्रीष्म-ऋतु में मोहक जलवायु पायी जाती है। दक्षिणी तराई भाग में उपोष्ण कटिबन्धीय जलवायु एवं प्राकृतिक वनस्पतियाँ पायी जाती हैं। इसके अतिरिक्त मध्यवर्ती घाटियों एवं पहाड़ों पर ऊँची पर्वत श्रेणियों की दिशा में ढाल के अनुसार उपोष्ण कटिबन्धीय तथा शीत— जलवायु पायी जाती है। नेपाल के ऊँचे पर्वत शिखर वर्ष भर

बर्फ से ढके रहते हैं। नेपाल में मार्च से अगस्त तक ग्रीष्म ऋतु तथा अक्टूबर से अप्रैल तक शीतऋतु रहती है। वर्षा ग्रीष्म ऋतु में जून से सितम्बर तक होती है। यहाँ वर्षा का वार्षिक औसत 200 सेमी तक रहता है।

धरातली बनावट में भिन्नता के कारण नेपाल की मिट्टी में भी विविधता पायी जाती है। मध्यवर्ती घाटियों तथा तराई क्षेत्र में उपजाऊ जलोढ़ मिट्टी पायी जाती है। इसके अतिरिक्त लैटराइट, भूरी वाटजालिक आदि मिट्टियाँ पायी जाती हैं। जनसंख्या की अधिकता एवं औद्योगीकरण की न्यूनता के कारण नेपाल में खाद्यान्न फसलों की प्रधानता है। चावल, मक्का, गेहूँ, एवं जौ नेपाल की प्रमुख खाद्यान्न फसलें हैं इसके अतिरिक्त जूट, गन्ना, तम्बाकू, तिलहन एवं अन्य मसालों की भी खेती होती है। सम्पूर्ण कृषि क्षेत्र के 50% भाग में चावल तथा 20% भाग में मक्का की खेती होती है। देश की सम्पूर्ण आय का 70% भाग कृषि से ही प्राप्त होता है। देश की कुल जनसंख्या का 86% जनसंख्या कृषि कार्य में लगी हुई है।

नेपाल की सामाजिक-सांस्कृतिक संरचना भी उसके भौतिक-विभाजन की तरह तीन भागों में विभाजित है। उत्तर तथा दक्षिण के सीमान्त क्षेत्रों में उनसे लगे उसके पड़ोसी राष्ट्रों के निवासियों की सामाजिक-सांस्कृतिक मूल्य एवं मान्यताओं का जबरदस्त प्रभाव पड़ा है। विभिन्न क्षेत्रों में वहाँ के निवासियों द्वारा विभिन्न भाषाएँ बोली जाती हैं। पर्वतीय क्षेत्रों में रहने वाली प्रमुख जातियों—लिम्बू, गुरुङ, तामाङ, सुनुवार, राई, किरात आदि सभी जातियों के लोग तिब्बत वर्गी समूह में गिने जाते हैं। इसी तरह तराई क्षेत्र में प्रभावी भाषाओं—भोजपुरी, मैथिली, थारू, हिन्दी भारतीय समूह में गिनी जाती हैं एवं भारतीय प्रदेशों उत्तर प्रदेश तथा बिहार प्रदेशों के लोगों में प्रचलित हैं।

इसके साथ-साथ सामाजिक संरचना का स्वरूप जाति व्यवस्था, मूल्य एवं परम्परा में सभी उत्तरी तथा दक्षिणी क्षेत्र के निकटवर्ती पड़ोसी राष्ट्रों के प्रदेशों से पूर्णरूपेण प्रभावित रही है। नेपाल में मुख्य रूप से दो धर्मों— हिन्दू तथा बौद्ध धर्म का बोलबाला है। यद्यपि हिन्दू धर्म पूरे देश में प्रचलित है फिर भी तराई क्षेत्र की बहुसंख्यक जनता हिन्दू धर्म को मानने वाली है। हम जैसे- जैसे तराई से उत्तर दिशा की ओर बढ़ते जाते हैं, बौद्ध धर्म का प्रभाव बढ़ता जाता है। इस प्रकार हिन्दू तथा बौद्ध दो प्रमुख धर्मों की निर्णायक भूमिका

है। नेपाल में भारतीय संस्कृति का बोलबाला है और दूसरी संस्कृति हिमालय के उत्तर से आयी है। दोनों संस्कृतियों का समन्वित रूप मुख्य रूप से मध्य क्षेत्र में देखने को मिलता है। नेपाल में अति प्राचीनकाल से ही हिन्दू शासकों ने बौद्ध तथा नेवार प्रजा पर शासन किया है। शताब्दियों से दोनों जातियाँ एक दूसरे के साथ रहती आयी हैं तथा दोनों धार्मिक समूहों ने एक दूसरे को प्रभावित किया है। नेवार जाति ने हिन्दू जाति प्रथा को पूर्ण रूप से स्वीकार किया परन्तु अश्वत्थता जैसी बुराइयों को स्थान नहीं दिया है। इस प्रकार नेपाल में सांस्कृतिक एकता का तत्त्व प्रबल रहा है।

नेपाल में अभी भी व्यापक निरक्षरता है। सन् 1981 की जनगणना के अनुसार मात्र 25% जनसंख्या साक्षर रही है। नेपाल में 1250 प्राथमिक विद्यालय, 1000 पूर्वमाध्यमिक विद्यालय तथा 65 महाविद्यालय एवं तीन विश्वविद्यालय हैं।

नेपाल की राजनैतिक स्थिति पर दृष्टि डालने से पता चलता है कि इसकी प्राकृतिक एवं राजनैतिक सीमाएँ उत्तर दिशा में साम्यवादी चीन के पास से होकर गुजरती हैं। वास्तव में हिमालय की ये श्रेणियाँ तथा तिब्बत के सीमावर्ती पर्वत शिखर नेपाल के लिए उसकी प्राकृतिक सीमा की संरचना करते हैं। नेपाल-चीन की सीमा रेखा का निर्धारण 1961 में नेपाली-चीनी सन्धि के द्वारा किया गया था।

इस देश की दक्षिणी सीमा भारत के साथ जुड़ती है जो 800 किलोमीटर लम्बी तथा खुली हुई है। दोनों देशों की इस सीमा पर एक निश्चित दूरी पर सीमा स्तम्भ लगे हुए हैं जो दोनों देशों की अन्तर्राष्ट्रीय सीमा का निर्धारण करते हैं। यह सीमा रेखा पूर्व में सिक्किम, पश्चिमी बंगाल, बिहार एवं उत्तर प्रदेश के कुमायूँ हिमालय से जुड़ी हुई है। उत्तर-पूर्व दिशा की ओर नेपाल की सीमाएँ भारतीय राज्य सिक्किम को स्पर्श करती हैं जिसे कंचनजंगा तथा सिधालिका की श्रेणियाँ इसे पृथक् करती हैं।

नेपाल की पश्चिमी सीमा रेखा का निर्धारण दोनों देशों के बीच बहने वाली महाकाली नदी के द्वारा होता है। अतः इस भौगोलिक स्थिति के कारण नेपाल, अफगानिस्तान, मंगोलिया, तथा वोत्सवाना जैसे राष्ट्रों के सदृश एक 'भू-परिवेष्टित' राष्ट्र है जिसका प्रत्यक्षतः समुद्र तक प्रवेश नहीं है। जिसके कारण इस समुद्र तट तक पहुँचने में 1120 किलोमीटर

लम्बी दूरी तय करनी पड़ती है। इतना ही नहीं इसके पास समुद्र तक पहुँचने का मार्ग केवल भारत से ही होकर जाता है। इसलिए व्यापार तथा पार गमन की सुविधा प्राप्त करने हेतु यह अपने दक्षिणी पड़ोसी राष्ट्र 'भारत' पर ही पूर्ण रूप से निर्भर है।

नेपाल की अर्थव्यवस्था कृषि पर आधारित है एवं वर्तमान प्रवृत्तियों को देखने से लगता है कि आगे आने वाले दशको में भी यही प्रवृत्ति रहेगी। प्राकृतिक ससाधनों की दृष्टि से निर्धन होने के कारण यहाँ तीव्र औद्योगीकरण का विकास नहीं हो सका है। इसलिए नेपाल में एक ऐसे अर्थतन्त्र की आवश्यकता है जो लोगों की न्यूनतम आवश्यकताओं को पूरा करने में सक्षम हो। अर्थतन्त्र को नई दिशा देने के लिए यहाँ पंचवर्षीय योजनाओं के माध्यम से विभिन्न क्षेत्रों में पूँजी निवेश किया गया है परन्तु अभी तक इसका प्रतिफल नहीं प्राप्त हुआ है। पड़ोसी देशों एवं अन्तर्राष्ट्रीय संस्थाओं द्वारा प्रदत्त सहायता के बावजूद भी विश्व के चार निर्धन देशों में एक है। सन् 1986 में नेपाल की प्रति व्यक्ति आय मात्र 150 डालर थी।

नेपाल की प्रति व्यक्ति आय ही कम नहीं है बल्कि प्रति व्यक्ति आय वृद्धि दर भी (1965—85) में औसत 0.1 प्रतिशत वार्षिक) विश्व में न्यूनतम है। जबकि 1973—84 में मुद्रा स्फीति की वार्षिक दर 8.1 प्रतिशत रही। जनसंख्या की तीव्र वृद्धि दर (2.4% वार्षिक) होने के कारण यहाँ सकल घरेलू उत्पाद में तीव्र वृद्धि के बावजूद प्रति व्यक्ति आय में तीव्र वृद्धि नहीं हो पा रही है। सन् 1965 में कृषि, उद्योग एवं सेवा क्षेत्र से सकल घरेलू उत्पादन का क्रमशः 65%, 11% एवं 23% प्राप्त हुआ जबकि 1985 में योगदान क्रमशः 62%, 12% एवं 26% हो गया।

सम्प्रति नेपाल के आर्थिक विकास में दो प्रमुख बाधक तत्व क्रमशः कृषि उत्पादन में स्थिरता एवं भारत से तनाव पूर्ण सम्बन्ध का होना रहा है। यह देश अपनी विकासात्मक योजनाओं एवं आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए दूसरे देशों पर निर्भर है। पर्वतीय स्थल से परिवृत्त होने के कारण इसका अधिकांश व्यापार भारत या भारत के रास्ते से होता है। दोनों देशों के मध्य यह व्यापार "व्यापार एवं पारगमन संधि" के द्वारा नियमित होता है। मार्च 1989 में इस संधि की अवधि समाप्त हो जाने कारण नेपाल में आवश्यक वस्तुओं का घोर संकट उत्पन्न हो गया था। फिर भी भारत का रुख लचीला होने के कारण शीघ्र ही इस समस्या का समाधान कर लिया गया।

इस देश का व्यापार सन्तुलन प्रतिकूल है। चूँकि आयात की मात्रा निर्यात से अधिक (1984 में आयात एवं निर्यात क्रमशः 437 तथा 111 मिलियन डालर) रहा है। अर्थात् बचत न होने के कारण पूँजी निवेश को बढ़ावा नहीं मिलता फलस्वरूप विकास दर न्यून है। कुल निर्यात का 48% प्राथमिक उत्पादों से 28% वस्त्र उद्योग से एवं 24% विनिर्माण उद्योगों से प्राप्त होता है। अतः स्पष्ट है कि निर्यात के लिए वही वस्तुएं उपलब्ध होती हैं जिनकी अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार में प्रतिस्पर्धा एवं मूल्य में अस्थिरता होती है। निर्यात संरचना के विपरीत कुल आयात में मशीनरी यातायात सामग्री एवं अन्य विनिर्माण सामग्रियों का योगदान 71% है जबकि खाद्य-प्रदार्थ, ऊर्जा एवं प्राथमिक उत्पादों का प्रतिशत क्रमशः 15, 11 व 4 है।

नेपाल के विकास कार्यों में सबसे अधिक धन भारत का ही लगा है। नेपाल को भारत से हर तरह का प्रशिक्षण, तकनीकी और गैर तकनीकी भी मिलता है। कोलम्बो योजना के अन्तर्गत भी भारत ने अनेक नेपाली नागरिकों को प्रशिक्षण दिया है। भारत में नेपाल की जिन परियोजनाओं के लिए सहायता दी है, उनमें देवी घाट, त्रिशूल, करनाली, पंचेश्वर जल-विद्युत परियोजनाएं, त्रिभुवन गणपथ, काठमाण्डू-त्रिशूली मार्ग, त्रिभुवन हवाई अड्डा, काठमाण्डू रक्सौल टेलीफोन सयन्त्र, चन्न नहर परियोजना, कोसी और गण्डक परियोजना भू-वैज्ञानिक अनुसंधान तथा खनिज खोज-बीन का काम वीरमज और हितौदा रेल निर्माण तथा काठमाण्डू घाटी के एक उपनगर पाटन में एक औद्योगिक बस्ती की स्थापना आदि प्रमुख हैं।

सन् 1980-98 की अवधि, भारत-नेपाल सम्बन्धों में उतार-चढ़ाव का रहा है। 23 मार्च 1989 को भारत और नेपाल के मध्य द्विपक्षीय व्यापार संधि की तिथि समाप्त होने के पश्चात् दोनों देशों के मध्य सौहार्द के वातावरण में कमी आयी है।

4.5 श्रीलंका

भारत के पड़ोसी 'सार्क' देशों में 'श्रीलंका' भी एक है। श्रीलंका भारत के दक्षिण में इससे अलग हिन्दमहासागर में स्थित एक 'द्वीप' है। मन्नार की खाड़ी तथा पाक जलडमरू मध्य श्रीलंका को भारत से अलग करते हैं। भारतीय सीमा से श्रीलंका के बीच की दूरी 35 किमी. है। श्रीलंका बड़े संघर्ष के बाद सन् 1948 में 'स्वतन्त्र' हुआ और सन् 1972 में इसे 'गणतन्त्र' घोषित

कर दिया गया।¹⁰ श्रीलंका में हाथी दात, रत्न, जवाहर आदि पाये जाने के कारण इसे "पूर्व का मोती" तथा "स्वर्गवाटिका" के नाम से भी जाना जाता है। श्रीलंका की राजधानी 'कोलम्बो' है।

भारत के दक्षिण में श्रीलंका का अक्षांश एवं देशान्तर्रीय विस्तार क्रमशः 5°55' से 9°50' उत्तरी अक्षांश तथा 74°40' पूर्वी देशान्तर से 81°52' पूर्वी देशान्तर तक है। उत्तर से दक्षिण तक श्रीलंका की लम्बाई लगभग 435 किलोमीटर तथा पूर्व से पश्चिम तक चौड़ाई लगभग 240 किलोमीटर है। 'आक्सफोर्ड स्कूल एटलस'—(1993) के अनुसार श्रीलंका का सम्पूर्ण क्षेत्रफल 65609 वर्ग किलोमीटर है। "श्रीलंका क्षेत्रफल की दृष्टि से दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग संगठन— 'सार्क' का 'पॉंचवा' बड़ा देश है।

आक्सफोर्ड स्कूल एटलस (1993) के अनुसार ही श्रीलंका की जनसंख्या 1991 में 1 करोड़ 68 लाख थी। वर्तमान समय में इसकी जनसंख्या लगभग 2 करोड़ हो गयी है। श्रीलंका का जनसंख्या की दृष्टि से भी दक्षिण-एशियाई क्षेत्रीय सहयोग संगठन— 'सार्क' में पॉंचवा स्थान है।

श्रीलंका की आकृति लगभग "त्रिभुजाकार" है। इसका दक्षिणी भाग पर्वतीय तथा उत्तरी भाग विस्तृत चौरस मैदान है। कुल क्षेत्रफल का लगभग एक चौथाई भाग पर्वतीय तथा शेष भाग मैदानी है। उत्तर में जाफना का मैदान बहुत विस्तृत तथा कटा-फटा है।

श्रीलंका चारों तरफ से सागरों से घिरे होने के कारण ही 'द्वीप' कहलाता है। श्रीलंका के चारों ओर, इन्हीं सागरों से उठने वाली लहरों से निर्मित बालू के टिब्बे पाये जाते हैं। गंगा, यान, और अरुवी श्रीलंका की प्रमुख नदियां हैं। जो पर्वतीय भागों से निकलती हैं। इसके अतिरिक्त गालसिया, किरिन्दी गंगा, निलवाहा गंगा, मानिक गंगा अन्य नदियां हैं। महावेली गंगा सबसे अधिक लम्बी (332 किलोमीटर) नदी है, जो सिचाई के लिए बहुत ही उपयोगी है। श्रीलंका के मध्यवर्ती भाग में दर्शनीय 'जल प्रपात' है। इन जल प्रपातों में प्रमुख हैं— दुहिन्दा, एल्गिन, दियालुमा तथा पेशवला।

श्रीलंका की जलवायु मुख्यतः मानसूनी है। श्रीलंका एक गर्म देश है क्योंकि भूमध्यरेखा के नजदीक स्थित है किन्तु समुद्री द्वीप होने के कारण यहाँ अधिक गर्मी नहीं पड़ती है। ग्रीष्मऋतु में औसत तापमान 27°C तथा शीतऋतु में 22°C के आस-पास रहता है।

पर्वतीय क्षेत्रों का औसत तापमान 10°C से 24°C आस-पास रहता है। इस देश में वर्ष भर वर्षा होती है। श्रीलंका के पूर्वी तथा पश्चिमी भाग में ग्रीष्मऋतु में दक्षिण-पश्चिमी मानसून से मई से सितम्बर तक वर्षा होती है। इस अवधि में वर्षा का औसत 150–300 सेमी के लगभग रहता है, जबकि पर्वतीय भागों में 500 सेमी–तक वर्षा होती है। श्रीलंका में अक्टूबर–नवम्बर तथा मार्च–अप्रैल का महीना शुष्क रहता है और पठारी भागों में 'कुहरा' छाया रहता है।

श्रीलंका में, उसकी धरातलीय बनावट के कारण कई प्रकार की मिट्टी पायी जाती है। श्रीलंका के आर्द्र निम्न मैदानी भागों में लाल लैटराइट तथा शुष्क भागों में काली मिट्टी पायी जाती है। जाफना तथा अन्य मैदानी भागों में टेरासोसा किस्म की दोमट मिट्टी पायी जाती है। जो बहुत ही उपजाऊ होती है। धान, चाय, नारियल, रबर श्रीलंका की प्रमुख फसलें हैं। इसके अतिरिक्त कहवा, इलायची, पपीता, सुपारी, तम्बाकू, कापोक, मीठा आलू तथा सीसल की फसलें भी थोड़ी मात्रा में उगाई जाती हैं। भूमध्यरेखा के नजदीक होने के कारण यहाँ उष्णकटिबन्धीय फल आम केला, एव अनन्नास, तथा शीतोष्ण कटिबन्धीय फल नीबू, नारंगी, सतरा, नाशपत्ती, काजू आदि भी पैदा किये जाते हैं।

यद्यपि श्रीलंका के कुल क्षेत्रफल के आधे से अधिक भाग में खेती की जा सकती है किन्तु मात्र 23% भूमि पर ही खेती होती है। कृषि योग्य भूमि 216 लाख हेक्टेयर है, जिसमें 182 लाख हेक्टेयर में चारागाह है। इस देश में खाद्यान्नों की अपेक्षा व्यापारिक फसलें अधिक पैदा की जाती हैं जबकि एशिया के अन्य देशों में जनसंख्या के भरण-पोषण के लिए खाद्यान्नों का अधिक उत्पादन किया जाता है।

भारत और श्रीलंका का सामाजिक, सांस्कृतिक एवं राजनीतिक दृष्टि से अतीत काल से ही मधुर सम्बन्ध रहा है। इसका प्रमाण प्रागैतिहासिक काल से पौराणिक तक मिलता है। हिन्दुओं के प्रसिद्ध महाकाव्य 'रामायण' में भी 'लंका' द्वीप का स्पष्ट उल्लेख मिलता है। दोनों देशों के बीच व्यापार के साथ-साथ 'सांस्कृतिक' आदान प्रदान होता रहा है। श्रीलंका की कुल जनसंख्या का लगभग 75.98% सिंघल हैं, शेष तमिल, मूर एवं अन्य धर्मों के लोग हैं। श्रीलंका का प्रमुख धर्म "बौद्ध एवं हिन्दू" है, तथा इसकी प्रमुख भाषा सिंघली एवं तमिल है। जिनका प्रमुख व्यवसाय कृषि है। औद्योगिक दृष्टि से यह बहुत पिछड़ा हुआ है, किन्तु

यहाँ पर औद्योगिक विकास का श्रीगणेश किया जा चुका है। अभी यह देश विकासोन्मुख अवस्था में एक प्रगतिशील राष्ट्र है।

4.6 भूटान

भारत का निकटतम पड़ोसी देश 'भूटान' दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग संगठन— 'सार्क' का क्षेत्रफल की दृष्टि से छठा बड़ा सदस्य देश है, तथा हिमालय की गोद में स्थित एक स्वतन्त्र राष्ट्र है। वस्तुतः नेपाल और भूटान दोनों चीन एवं भारत के मध्य स्थित ऐसे हिमालय प्रदेशीय स्वतन्त्र देश हैं। जो इन दोनों राष्ट्रों के पारस्परिक भू- राजैतिक एवं विदेशी नीतियों तथा सम्बन्धों को प्रभावित करते हैं। दोनों ही आन्तरिक स्थित वाले देश; किन्तु भौगोलिक स्थिति एवं विस्तार के कारण नेपाल तथा भूटान दोनों भारतोन्मुखी हैं तथा दोनों के दरवाजे भारत की ओर खुले हैं। भारतीय बन्दरगाह कलकत्ता विदेशी व्यापार एवं समागम के लिए द्वार का कार्य करता है। भूटान की सीमा तक भारतीय रेलमार्ग एवं सड़क का जाल हुआ है, जिनसे व्यापारिक एवं अन्य समागम तथा सम्बन्ध स्थापित किये जाते हैं, तथा भारत इसकी स्वायत्तता, स्वतन्त्रता एवं सुरक्षा के लिए प्रयत्नशील है।

भूटान का विस्तार $26^{\circ} 45'$ उत्तरी अक्षांश से $28^{\circ} 20'$ उत्तरी अक्षांश तथा $89^{\circ} 45'$ पूर्वी देशान्तर से $92^{\circ} 45'$ पूर्वी देशान्तर के मध्य है। इसकी अधिकतम लम्बाई लगभग 304 किलोमीटर तथा चौड़ाई लगभग 144 किलोमीटर है। आक्सफोर्ड स्कूल एटलस (1993) के अनुसार भूटान का क्षेत्रफल 46600 वर्ग किलोमीटर है।¹² दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग संगठन— 'सार्क' एवं भारत के पड़ोसी देशों में क्षेत्रफल की दृष्टि से छठा स्थान है। आक्सफोर्ड स्कूल एटलस— 1993 के ही अनुसार वर्ष 1991 में भूटान की कुल जनसंख्या 14 लाख थी। भूटान की राजधानी "थिम्पू" है।

हिमालय पर्वतमाला में स्थित भूटान एक छोटा सा देश है। सुन्दर तथा उपजाऊ घाटियों वाला पर्वतों के बीच में बसा यह देश सुहावने मैदानों तथा जंगलो से भरा है। भूटान की नदियों का बहाव बहुत तीव्र है। ये नदियां संकरी घाटियां बनाती हैं। मानास, सन्कोश, टोमसा, तथा तोरसा भूटान की प्रमुख नदियां हैं। सन्कोश तथा टोमसा नदियों के बीच में काला पर्वत है।

भूटान एक पर्वतीय देश होने कारण यहाँ वर्षभर कठोर सर्दी पड़ती है। शीत ऋतु में असहनीय ठण्डक पड़ती है। ग्रीष्म ऋतु की रातें भी बहुत सर्द होती हैं। जलवायु की दृष्टि से भूटान को तीन प्रदेशों में विभक्त किया गया है। द्वापर प्रदेश की सकरी पट्टी जो 'गर्म और आर्द्र' रहती है। इस प्रदेश में जनवरी का तापमान 16° सेण्टीग्रेड तथा जून का तापमान 28° सेण्टीग्रेड होता है। मध्य हिमालयी प्रदेश में घाटियों तथा ढालों की जलवायु में भिन्नता पायी जाती है। पारो घाटी में जनवरी का औसत तापमान 5° सेण्टीग्रेड तथा जून का औसत तापमान 24° सेण्टीग्रेड रहता है। हिमद्रि प्रदेश में जाड़े में कठोर सर्दी पड़ती है और ऊँचाई वाले भागों में बर्फ जम जाती है। उच्चावचीय विषमताओं के कारण सौर्य ताप, हवाओं की दिशा एवं गति तथा वर्षा की मात्रा आदि में थोड़ी-थोड़ी दूरी पर ही अधिकाधिक परिवर्तन देखने को मिलता है। वार्षिक वर्षा औसतन 350 सेंटीमीटर के लगभग होती है। पर्वतीय घाटियों की जलवायु अच्छी तथा स्वास्थ्य प्रद होती है। उत्तरी हिमद्रिप्रदेश-ठण्डा एवं बर्फीला है। द्वापर प्रदेश में अत्यधिक गर्मी उमस एवं वर्षा के कारण रोगों का प्रकोप रहता है।

भूटान की धरातलीय बनावट में भिन्नता होने के कारण यहाँ सीढ़ीनुमा खेत बनाये जाते हैं। जिसमें चावल, गेहूँ, जौ, ज्वार, चना, तिलहन, इलायची तथा मिर्च आदि की फसलें उगायी जाती हैं। प्रत्येक खेत की, पत्थर से मेडबन्दी की जाती है, जिसकी ऊँचाई 6 मीटर से भी अधिक होती है। जब कभी भयानक तूफान आता है और इन बाँधों के बह जाने पर काफी क्षति होती है। भूटान से अधिकांश खेती द्वापर प्रदेश तथा जलोढ़ मिट्टी वाले क्षेत्रों में की जाती है। खेती का कार्य 5-6 हजार वर्ग किमी क्षेत्र में होता है। कृषि तथा पशुपालन इनका मुख्य व्यवसाय है। खच्चर तथा याक मुख्य जानवर हैं। यहाँ का मुख्य औद्योगिक उत्पादन लाख, मोम तथा करघे का कपड़ा है।

भूटान के निवासियों को भोटिया कहा जाता है। जिनकी भाषा 'जों गखा' है जो तिब्बती भाषा से मिलती-जुलती है। भोटिया का प्रमुख धर्म 'बौद्ध धर्म' है। ये धर्म गुरु लामाओं का बहुत सम्मान करते हैं। इनकी धारणा है कि लामाओं में ईश्वरीय शक्ति है। ये बड़े परिश्रमी होते हैं। यहाँ का राजा झूक ग्याल्पो या सर्पराज कहलाता है।

भूटान में विभिन्न संस्कृतियों के लोग भिन्न-भिन्न क्षेत्रों में रहते हैं। अधिकांश लोग तिब्बती संस्कृति के हैं जो मुख्य रूप से मध्यवर्ती एवं उत्तरी भाग में बसे हुए हैं। ये तिब्बती भाषी हैं एवं कृषि पशुपालन तथा व्यापार इनका प्रमुख व्यवसाय है। भारतीय वंशज के लोग द्वार प्रदेश में बसे हुए हैं तथा इनकी संख्या बहुत ही कम है। इण्डोवर्मा लोग अधिकांशतः पूर्वी भाग में बसे हुए हैं जो परिवर्तनशील खेती करते हैं। नेपाली संस्कृति के लोग मध्यपूर्वी भाग में “ब्लैक पर्वत” के समीप फैले हुए हैं। भूटान की राष्ट्र भाषा “जोखा” है जो प्रमुख रूप से पश्चिमी भूटान में बोली जाती है। इसके अतिरिक्त नेपाली और अंग्रेजी भी सरकारी भाषा के रूप में प्रयोग की जाती हैं।

भूटान की राजनैतिक स्थिति पर दृष्टि डालने से स्पष्ट होता है कि यह राष्ट्र उत्तर तथा उत्तर-पश्चिम में तिब्बत तथा पूर्व, पश्चिम और दक्षिण में भारत से घिरा है। भूटान भारत का संरक्षित राज्य है। सर अज्ञेय वॉगचुक ने 1907 में लामाओं के पद और प्रभुत्व को समाप्त करके भूटान पर अपना आधिपत्य स्थापित किया। लामाओं से सुरक्षित रहने के लिए उन्होंने जनवरी 1910 में (भारत) से एक संधि की। इसके पश्चात् भारत के स्वतन्त्र हो जाने के बाद फलस्वरूप पुनः 8 अगस्त 1949 को दूसरी संधि हुई जिसमें यह निर्णय किया गया कि भूटान के आन्तरिक मामलों में भारत हस्तक्षेप नहीं करेगा।¹³ भूटान ने अपने वैदेशिक सम्बन्ध भारत-सरकार के दिशा निर्देशन में संचालित करने की सहमति दी और भारत ने भूटान के विकास में सहयोग के लिए आश्वासन दिया।

4.7 मालदीव

मालदीव, भारत के सुदूर दक्षिण में हिन्द महासागर में स्थित द्वीप समूहों का लघु राष्ट्र है। यह 800 किमी में फैले हुए 200 द्वीपों से बना है। अद्यतन प्राप्त आकड़ों के आकार मालदीव की जनसंख्या लगभग 2 लाख है। मालदीव की राजधानी ‘माले’ है, जिसकी जनसंख्या लगभग 53 हजार है।

मालदीव एक मुस्लिम देश है। जिसमें सुन्नी मुसलमानों की संख्या सर्वाधिक है। मालदीव में पहले द्रविण एवं आर्य लोगों का निवास था, 12वीं शताब्दी तक यहाँ की जनसंख्या बौद्ध मतावलम्बी थी। 1153 ई० में मालदीव में औलिया सन्त के प्रभाव से मुस्लिम

धर्म का प्रचार-प्रसार हुआ जिससे यह लघु राष्ट्र लगभग शत-प्रतिशत इस्लाम मतावलम्बी हो गया।

मालदीव का शासकीय धर्म इस्लाम है अतः अरब राष्ट्रों से मालदीव को अधिकाधिक सहायता प्राप्त होती है। जिसकी सहायता से इस देश में अन्तर्राष्ट्रीय हवाई अड्डों, इस्लामी धार्मिक केन्द्र, जलापूर्ति, शिक्षा आदि की व्यवस्था की जा रही है। मालदीव के विश्व के 74 देशों से राजनीतिक सम्बन्ध है किन्तु इसका एक ही उच्च आयोग केवल 'श्रीलंका' में है। मालदीव का एक मिशन संयुक्त राष्ट्र में नियुक्त है। मालदीव में केवल भारत, श्रीलंका, पाकिस्तान के प्रतिनिधियों के कार्यालय हैं। इस छोटे से देश में अन्तर्राष्ट्रीय संगठनों में मालदीव की सक्रियता दृष्टिगत होती है। इसका स्पष्ट प्रमाण पी० एल० ओ० तथा संयुक्त राष्ट्र विकास कार्यक्रम का क्रियाशील होना है।

मालदीव की भाषा 'दिवेही' है जो पाली पर आधारित है। दिवेही भाषा की लिपि अरबी है किन्तु यह सिधली से मेल खाती है।

मालदीव को 1558 में पुर्तगालियों ने अधिकृत कर लिया था। पुर्तगालियों ने इसका प्रशासन भारत स्थित 'गोवा' से संचालित किया था। पुर्तगालियों का यह प्रशासन 15 वर्ष तक चला। इसके पश्चात् मालदीव की जनता ने पुर्तगालियों को संघर्ष करके निष्कासित कर दिया।

मालदीव पर 1887 में ब्रिटेन का अधिपत्य हो गया, किन्तु ब्रिटेन के संरक्षण में मालदीव पर शासन यही के सुल्तान करते रहे।

मालदीव में लोकतान्त्रिक पद्धति की स्थापना हेतु 1932 के पश्चात् आन्दोलन प्रारम्भ हुआ, जिसके फलस्वरूप 'सुल्तान मुहम्मद फरहीद दीदी' के काल में 1957 में सुल्तान ने स्वयं लोकतान्त्रिक पद्धति का अनुसरण करके अपने निरकुश शासन को समाप्त कर दिया। उसने स्वतः स्वयं को नाम-मात्र का सुल्तान बना रहने दिया तथा लोकतन्त्र में आस्था रखने वाले जनशक्ति के प्रतीक 'इब्राहिम नासिर' को प्रधान मन्त्री नियुक्त किया और अपने समस्त अधिकार उन्हें सौंप दिये।

1965 में मालदीव स्वतन्त्र हो गया। इस देश पर ब्रिटेन का अधिपत्य समाप्त हो गया। इब्राहिम नासिर राष्ट्रपति बन गये। 1978 तक वे राष्ट्रपति बने रहे। इस अवधि में

मालदीव को इब्राहिम नासिर ने न केवल व्यवस्थित किया बल्कि सयुक्त राष्ट्र का सदस्य भी बनवाया। 1978 में इब्राहिम नासिर के अवकाश ग्रहण करने के पश्चात 'अब्दुल गयूम' मालदीव के राष्ट्रपति बने जो अद्यावधि मालदीव का शासन संचालित कर रहे हैं।

स्वतन्त्र राष्ट्र मालदीव ने गुटनिरपेक्षता की नीति को अपनाया है और अपने पड़ोसी राष्ट्र भारत से गहरे सम्बन्ध स्थापित करने का सफल प्रयास किया है। मालदीव गणराज्य की ससद 'नागरिक मजलिश' कहलाती है। इस देश में कोई राजनीतिक दल नहीं है। मालदीव गणराज्य की ससद नागरिक मजलिश ही राष्ट्रपति को मनोनीत करती है। मालदीव का राष्ट्रपति प्रत्येक पाँचवें वर्ष जनमत संग्रह द्वारा निर्वाचित किया जाता है।

टिप्पणी एवं संदर्भ

- 1 आक्सफोर्ड स्कूल एटलस, 1993
- 2 चतुर्भुज मामोरिया, आधुनिक भारत का बृहद भूगोल, 1994 पृ 119
- 3 फुटनोट-2
- 4 फुटनोट-1
- 5 दैनिक जागरण समाचार पत्र, 21 फरवरी 1999, पृ 10
- 6 फुटनोट-1
- 7 विश्वनाथ तिवारी भारत के पड़ोसी देश, पृ 240
- 8 दैनिक जागरण समाचार पत्र, 20 जून 1999, पृ 10
- 9 फुटनोट-1
- 10 जगदीश सिंह, भारत के समीपवर्ती देश, पृ 316
- 11 फुटनोट-1
- 12 फुटनोट-1
13. मानिक लाल गुप्त, भारतीय विदेश नीति और निकटतम पड़ोसी राष्ट्र, पृ 63

अध्याय-5

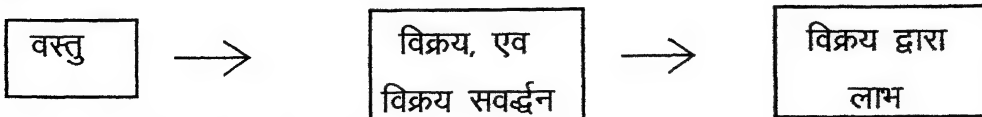
विपणन-व्यवस्था एवं विदेश-व्यापार

विपणन-व्यवस्था अथवा विपणन-प्रबन्ध "अन्तर्राष्ट्रीय विपणन" का महत्वपूर्ण अंग है। यह देश की अर्थव्यवस्था को सुदृढ आधार प्रदान करता है। संक्षेप में, यह आधुनिक वाणिज्यिक एवं आर्थिक गतिविधियों का केन्द्र बिन्दु है। यहाँ 'व्यवस्था' अथवा 'प्रबन्ध' (मेनेजमेन्ट) से आशय ऐसे संगठन से है जिसमें अपने उद्देश्यों की प्राप्ति के लिए लोग सम्मिलित भाव से समन्वित एवं नियोजित प्रयास करते हैं। प्रत्येक व्यवसाय चाहे वह किसी भी स्वामित्व-निजी, सहकारी अथवा राजकीय का हो अथवा किसी भी संगठन स्वरूप-एकाकी, साझेदारी अथवा कम्पनी का हो, सभी में प्रबन्ध (अथवा व्यवस्था) की आवश्यकता होती है। प्रबन्ध एक नवीन एवं विकासशील विज्ञान है। यह व्यवसाय का गतिशील एवं जीवनदायक तत्व है जिसके अभाव में उत्पादन के साधन केवल समूह मात्र ही रह जाते हैं, वे कभी उत्पादक नहीं बन सकते। प्रस्तुत अध्याय-5 का अनुभाग 5.1 विपणन व्यवस्था (विपणन प्रबन्ध), अनुभाग 5.2 विपणन व्यवस्था के अंग 'निर्यात विपणन' एवं उसके महत्व का, अनुभाग 5.3 निर्यात विपणन प्रबन्ध, अनुभाग 5.4 विपणन मिश्रण, अनुभाग 5.5 निर्यात विपणन के क्षेत्र, अनुभाग 5.6 विदेश (विदेशी) व्यापार की सैद्धान्तिक प्रस्तुति करते हैं। अंतिम अनुभाग 5.7 भारत के विदेशी व्यापार को एक दृष्टि में प्रस्तुत करता है।

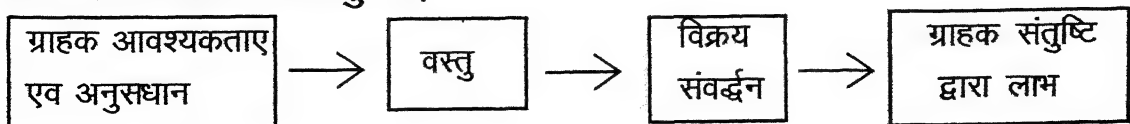
5.1 विपणन व्यवस्था

विपणन प्रबन्ध अथवा विपणन-व्यवस्था में विपणन क्षमताओं, साधनों, योग्यताओं तथा बाजार अवसरों के बीच फलदायक समायोजन किया जाता है। इसमें उपभोक्ताओं की आवश्यकता और उसकी सन्तुष्टि द्वारा लाभार्जन किया जाता है—

पुरानी विचारधारा के अनुसार,



नवीन विचारधारा के अनुसार,



विपणन—व्यवस्था की नवीन विचारधारा का कार्य क्षेत्र अर्थव्यवस्था के (1) घरेलू क्षेत्र^{*1}, तथा (2) वाह्य क्षेत्र^{*2}—दोनों से सबधित है। इस प्रकार, विपणन प्रबन्ध (विपणन—व्यवस्था) विपणन—विचार का क्रियात्मक रूप है। इसको “प्रबन्ध के दर्शन^{*3}” के रूप में तथा ‘विपणन प्रबन्ध की विचारधारा^{*4}’ के रूप में भी जाना जाता है।

आधुनिक विपणन—व्यवस्था (विचारधारा) के चार स्तम्भ माने जाते हैं—(1) उपभोक्ता अभिमुखी, (2) विपणन समन्वय, (3) उपभोक्ता सतुष्टि तथा (4) उपभोक्ता कल्याण। आधुनिक विपणन—व्यवस्था का मुख्य आधार उपभोक्ता है जिसके चारों ओर समस्त व्यावसायिक क्रियाएँ चक्कर लगाती हैं। उपभोक्ता जिन वस्तुओं और जिस आकार—प्रकार, रंग, डिजाइन आदि की वस्तुएँ चाहता है उसी का निर्माण निर्माता द्वारा किया जाता है। सम्पूर्ण उत्पादन—प्रक्रिया में उपभोक्ता को “बॉस”^{*5} माना जाता है।

सम्पूर्ण उत्पादन—प्रक्रिया में उपभोक्ता की आवश्यकताओं की परिभाषा निश्चित करनी पड़ती है। यह आवश्यक नहीं है कि इस कार्य के लिए उपभोक्ता की एक ही आवश्यकता को लिया जाय। उपभोक्ता की अनेक आवश्यकताओं को भी निर्माता द्वारा लिया जा सकता है। इस हेतु निर्माता द्वारा उपभोक्ता अनुसंधान^{*6} पर भारी व्यय किया जाता है। इस अनुसंधान को उसे बराबर चलाये रखना पड़ता है जिससे कि उपभोक्ता की बदलती हुई आवश्यकताओं के अनुरूप उत्पादन को समायोजित किया जा सके।

एक साथ सभी बाजारों अथवा क्षेत्रों में पहुँचना और लगातार सेवा करते रहना किसी भी निर्माता के बस में नहीं होता। इस हेतु वह कुछ बाजारों अथवा क्षेत्रों को चुनकर अपनी क्रियाओं का विस्तार करता है।

विपणन समन्वय का कार्य आधुनिक विपणन व्यवस्था का दूसरा महत्वपूर्ण स्तम्भ है। इस हेतु निर्माता विपणन—प्रबंधक या विपणन संचालक की सेवाएँ लेता है।

*1. Domestic Sector of the Economy

*2. External Sector of the Economy

*3. Philosophy of Management

*4. Marketing Management Concept.

*5. Boss

आधुनिक विचार धारा का तीसरा स्तम्भ उपभोक्ता सतुष्टि है जिससे व्यवसाय की दीर्घकालीन ख्याति बनती है और उपभोक्ता को पुन वस्तु-क्रय करने के लिए विवश करती है।

आधुनिक विचारधारा का नवीनतम स्तम्भ उपभोक्ता कल्याण है। आज के युग में विपणन को समाज कल्याण से अलग नहीं किया जा सकता।

5.2 निर्यात विपणन

विपणन के अन्तर्गत उन सभी क्रियाओं को सम्मिलित किया जाता है जिनके द्वारा निर्माता अथवा उत्पादक अथवा व्यापारी वस्तुओं एवं सेवाओं को उपभोक्ताओं तक पहुँचाने का प्रयास करता है। आधुनिक विपणन-व्यवस्था के अन्तर्गत, “विपणन व्यावसायिक क्रियाओं की एक सम्पूर्ण प्रणाली है जो वर्तमान एवं भावी ग्राहकों (अथवा उपभोक्ताओं) की इच्छाओं को सतुष्ट करने वाले उत्पादों एवं सेवाओं की योजना बनाने, कीमत निर्धारित करने, सर्वर्द्धन करने तथा वितरण करने के अभिन्यास से सबध रखती है”।¹ अत आधुनिक विपणन-व्यवस्था से यह स्पष्ट है कि आज का विपणन उन्हीं उत्पादों व सेवाओं के उत्पादन पर ध्यान देता है, जो बाजार की आवश्यकता के अनुरूप हो।

विपणन की उक्त क्रियाएँ जब अर्थव्यवस्था के घरेलू क्षेत्र अथवा एक देश विशेष की राजनीतिक सीमाओं के अतर्गत सीमित रहती हैं तब इसे घरेलू विपणन अथवा देशीय विपणन^{*1} कहा जाता है। जब विपणन का विस्तार किसी अन्य देश के उपभोक्ताओं व प्रयोक्ताओं तक वस्तुओं व सेवाओं के विक्रय तक बढ़ा दिया जाता है तब यही निर्यात विपणन^{*2} अथवा अन्तर्राष्ट्रीय विपणन^{*3} में परिवर्तित हो जाता है। निर्यात विपणन की सम्पूर्ण क्रिया देश की राजनीतिक सीमाओं के बाहर तक विस्तृत हो जाता है।

टेपेस्ट्रा वर्न के अनुसार “यह (निर्यात विपणन अथवा अन्तर्राष्ट्रीय विपणन) राष्ट्रीय सीमाओं के बाहर किया जाने वाला विपणन है।”² सारांश यह है कि निर्यात विपणन से आशय एक फर्म अथवा उत्पादक द्वारा की जाने वाली उन क्रियाओं से है, जो दूसरे देश या देशों के

*1 Domestic Marketing

*2. Export Marketing

*3. International Marketing

उपभोक्ताओं व प्रयोक्ताओं की इच्छाओं को सतुष्ट करने वाले उत्पादों एवं सेवाओं के विक्रय से सम्बन्ध रखती है।

निर्यात विपणन का महत्त्व

निर्यात देश की अर्थव्यवस्था को सुदृढ़ आधार प्रदान करते हैं, व देश के विकास में अपनी महत्वपूर्ण भूमिका का निर्वाह करते हैं। विकसित देशों की आज की वर्तमान स्थिति के पीछे उनके निर्यातों का भारी योगदान है। विकासशील देशों के लिए तो इसका विशेष महत्त्व है। ये देश अपनी अर्थव्यवस्था को एक मजबूत आधार प्रदान करना चाहते हैं, जिससे उन्नति व विकास के पथ पर आरुढ़ हुआ जा सके। इनके लिए उन्हें आधारभूत उद्योगों की स्थापना के लिए पूँजीगत माल का आयात करना पड़ता है, तो दूसरी ओर अनेक वस्तुओं का देशी उत्पादन विद्यमान माँग को पूरा करने में असमर्थ होता है, फलतः उन वस्तुओं का भी आयात करना पड़ता है। इस कारण इन देशों के भुगतान सन्तुलन³ काफी प्रतिकूल हो जाते हैं। विकासशील देशों में भारत की स्थिति अच्छी है, औद्योगिक उत्पादन के दृष्टिकोण से भारत का स्थान विश्व में दसवाँ है।

राष्ट्रीय अर्थव्यवस्था के दृष्टिकोण से निर्यात विपणन का महत्त्व

राष्ट्रीय अर्थव्यवस्था के दृष्टिकोण से निर्यात विपणन के महत्त्व को निम्नलिखित शीर्षकों में वर्गीकृत किया जा सकता है—

तीव्र आर्थिक विकास

“निर्यात एवं आर्थिक विकास में सम्बन्ध” (पर 50 देशों के बारे में आर० एफ० एमरी^{*1} द्वारा किये गये अध्ययन में यह पाया गया है कि आर्थिक विकास की ऊँची दरों का सीधा सम्बन्ध निर्यातों की ऊँची दरों से है। जो देश तीव्र गति से आर्थिक विकास करना चाहते हैं, उन्हें अपने निर्यातों को बढ़ाना होगा। निर्यातों से देश को बहुमूल्य विदेशी मुद्रा की प्राप्ति होती है। इसका उपयोग प्राथमिकता के क्रम में देश की अर्थव्यवस्था के लिए आवश्यक सयन्त्र, मशीनें, उपकरण मगाने के लिए किया जा सकता है। खाद्यान्नों का उत्पादन बढ़ाने के लिए मूल्यवान कृषि उपकरणों व उर्वरकों का आयात कर कृषि उत्पादन को बढ़ाया जा सकता है। इससे कई

*1. R.F. Emery

औद्योगिक व उपभोक्ता वस्तुओं का उत्पादन नये-नये उद्योग लगाकर किया जा सकता है। इससे उत्पादन को इस सीमा तक बढ़ाया जा सकता है, जिससे देशी माँग को पूरा करने के पश्चात् उत्पादन का अतिरिक्त बचा रहे। इससे अनेक बेकार पड़े हुए साधनों का उपयोग भी कुशलता से किया जा सकता है।

प्राकृतिक ससाधनों का लाभदायक उपयोग

निर्यात विपणन को बढ़ाकर एक देश अपने यहाँ विद्यमान प्राकृतिक ससाधनों का लाभदायक उपयोग कर सकता है। निर्यातों से विदेशी मुद्रा का अर्जन कर अपने देश में अनेक प्रकार के उद्योग स्थापित किये जा सकते हैं, इससे अनेक प्रकार के खनिजों तथा वनों से प्राप्त सम्पदाओं का कुशलता से उपयोग निर्यात विपणन में किया जा सकता है।

आयातों का भुगतान

देश के विकास हेतु विकासशील देशों की सरकारें औद्योगिक वातावरण का निर्माण करती हैं। इस आशय के लिए बड़ी मात्रा में पूँजीगत उपकरणों, कच्चे माल, आवश्यक तकनीकी जानकारी*¹ का आयात करना आवश्यक होता है। विकासशील देशों के आयातों में तेल व पेट्रोलियम उत्पादों के आयात का भी महत्वपूर्ण भाग होता है। ऊर्जा के साधनों के रूप में तेल व पेट्रोलियम उत्पादों की काफी आवश्यकता होती है।

इस स्थिति से निपटने का एकमात्र विकल्प यही है, कि देश में अधिकाधिक निर्यात अभिमुखी उद्योग स्थापित दिये जावे। ये उद्योग अपने उत्पादन को अधिकाधिक बढ़ाकर तथा विश्व बाजारों में अपने निर्यातों को बढ़ाकर बहुमूल्य विदेशी मुद्रा देश की सरकार को उपहार में दे सकते हैं, जिससे बड़े हुए आयातों का भुगतान करने में सरकार को सहायता मिलती है।

देशी उत्पादकों में प्रतियोगिता का लाभ

सरकार द्वारा निर्यातों पर अनेक प्रकार की प्रोत्साहन योजनाओं की घोषणा की जाती है। देशी उत्पादकों इनका लाभ उठाकर अपना अधिकाधिक ध्यान निर्यात विपणन पर देना प्रारम्भ करते हैं। विदेशी बाजारों में पहले से ही तीव्र प्रतिस्पर्धा होती है, उसका सामना करते हुए निर्यातक फर्म को अपने देश की फर्मों से भी प्रतियोगिता करनी पड़ती है, इस कारण वह फर्म

*1. Technical Know-how

अच्छी किस्म की वस्तुओं का कम लागत पर उत्पादन करने पर विशेष ध्यान देती है। इससे अच्छी किस्म के माल व वस्तुएँ विदेशी क्रेताओं तक पहुँचती हैं जो विदेशी क्रेताओं के मन-मस्तिष्क में देश की उज्ज्वल छवि का निर्माण करती हैं।

रोजगार के अवसरों में वृद्धि

विदेशी बाजारों में निर्यातों को बढ़ाने के लिए जहाँ एक ओर निर्यात अभिमुखी इकाइयों*¹ की विभिन्न क्षेत्रों में स्थापना होती है, वहीं दूसरी ओर विद्यमान फर्मों अपने उत्पादन के स्तर को बढ़ाती हैं। इससे रोजगार के नये अवसरों का सृजन होता है। विकासशील देशों में बेरोजगारी व अर्ध-बेरोजगारी की समस्या बड़ी विकट रूप में है। इसे कुछ सीमा तक निर्यात विपणन से भी हल किया जा सकता है। उदाहरण के लिये भारतीय हैण्डलूम व सागानेरी प्रिन्ट के कपड़े विदेशी शैली पर तैयार कर भारतीय निर्यातकों ने करोड़ों रुपये के निर्यात किये हैं। इससे रोजगार के अनेक अवसरों में वृद्धि हुई है।

राष्ट्रीय आय में निर्यातों की भूमिका

देश की राष्ट्रीय आय में भी निर्यातों की महत्वपूर्ण भूमिका होती है। सुव्यवस्थित निर्यात विपणन से इसे अच्छे स्तर तक बढ़ाया जा सकता है। हमारी राष्ट्रीय आय में निर्यातों का योगदान 43% है। अन्य देशों की राष्ट्रीय आय में निर्यातों का योगदान निम्नलिखित है—नीदरलैण्ड 42%, जापान 11%, कनाडा 21%, बेल्जियम 42%, प० जर्मनी 19%, फ्रांस 13%, इंग्लैण्ड 17%। इससे राष्ट्रीय आय में निर्यातों की भूमिका स्पष्ट है।

जीवन स्तर में वृद्धि

निर्यात विपणन देशवासियों के जीवन स्तर को उन्नत करने में भी अपनी महत्वपूर्ण भूमिका का निर्वाह कर सकता है। निर्यात विपणन से जो बहुमूल्य विदेशी मुद्रा अर्जित की जावे उसका उपयोग ऐसी वस्तुओं के आयात में किया जा सकता है, जो देश की जनता को अच्छा जीवन स्तर प्रदान करे। इसके साथ ही निर्यात विपणन से जहाँ व्यक्तिगत फर्मों को लाभ होता है, वहीं अनेक रोजगार के अवसरों का सृजन होने से देशवासियों की आय में भी वृद्धि होती है।

आय में वृद्धि होने से उनकी क्रय शक्ति पूर्वापेक्षा अविकल हो जाती है। इससे वे अपने विद्यमान उपभोग स्तर में गुणात्मक परिवर्तन करने में सक्षम हो जाते हैं। फलतः देशवासियों के जीवन स्तर में वृद्धि होती है।

व्यक्तिगत फर्म के दृष्टिकोण से महत्त्व

निर्यात विपणन से न केवल देश की अर्थव्यवस्था लाभान्वित होती है, बल्कि देश में विद्यमान व नयी स्थापित होने वाली फर्मों को भी अनेक लाभ प्राप्त होते हैं। व्यक्तिगत फर्म के लिये निर्यात विपणन के महत्त्व को निम्नलिखित शीर्षको में वर्णित किया जा सकता है—

लाभदायक विक्रय—परिमाण

निर्यात विपणन के द्वारा एक फर्म अपने लाभदायक विक्रय परिमाण में वृद्धि कर सकती है। देशी विक्रय के लिये भिन्न मूल्यों वाले उत्पादों व विदेशी बाजारों में विक्रय करने के लिये भिन्न मूल्यों व किस्मों की वस्तुओं का निर्माण किया जा सकता है। ऐसे विदेशी बाजार जो कीमत के प्रति सवेदनशील नहीं हैं, उनके लिये पृथक् उत्पादों का निर्माण कर प्रतियोगियों के उत्पादों से पर्याप्त विभिन्निकरण करके फर्म अपने विक्रय परिमाण को बड़ी सीमा तक लाभप्रद बना सकती है।

देशी बाजारों में प्रतियोगिता

प्रत्येक देश में विभिन्न वस्तुओं के उत्पादन हेतु एक ओर विद्यमान फर्म अपने उत्पादक स्तर को बढ़ा रही हैं, तो दूसरी ओर नवीन फर्म प्रवेश करती जा रही हैं। इस कारण देशी बाजारों में प्रतियोगिता सघन होती जा रही है। यद्यपि विदेशी बाजारों में भी पहले से ही गलाकाट प्रतियोगिता विद्यमान है, फिर भी फर्म देशी प्रतियोगिता से अपना बचाव करने के लिये विदेशी विपणन या निर्यात विपणन को प्रभावी रूप से अपना सकती है। निर्यात बाजारों में प्रतियोगिता के रूप व स्तर का स्पष्ट अन्तर है। यहाँ कीमत—प्रतियोगिता नहीं होकर किस्म व प्रमाणों की प्रतियोगिता है। इसके लिये एक उदाहरण ही पर्याप्त होगा कि इन्जीनियरिंग उत्पादों के अन्तर्राष्ट्रीय बाजारों में व्यापक प्रतियोगिता होते हुए भी भारतीय निर्यातक फर्मों ने अच्छी मात्रा में लाभदायक विक्रय किया है।

प्रबन्धकीय चातुर्य के विकास में सहायता

देशी विपणन जिनता सरल है, उसकी तुलना में निर्यात विपणन अत्यन्त ही चुनौतीपूर्ण है। निर्यात विपणन में एक फर्म को दो स्तरों पर कड़ी प्रतियोगिता का सामना करना पड़ता है। अपने देश के निर्यातकों व उत्पादकों से व विभिन्न देशों के निर्यातकों व उत्पादकों से उसे प्रतियोगिता करनी पड़ती है। निर्यात विपणन प्रबन्धक व कर्मचारियों को नित्य नयी चुनौतियों, समस्याओं व परिस्थितियों का सामना करना पड़ता है, उनके समाधान के लिए वे नयी-नयी विधियाँ खोजकर उन चुनौतियों का सामना करते हैं। अपने अनुभवजन्य लाभ का प्रयोग वे अपनी भविष्य की योजनाओं में करते हैं। इससे फर्म के प्रबन्धकीय चातुर्य के विकास के लिए बहुत अनुकूलता सृजित होती है। विदेशी फर्मों के विक्रय को बढ़ाने के लिये क्या-क्या उपाय काम में ला रही हैं, उनके विक्रय की अपील किस बिन्दु पर केन्द्रित है, इसकी जानकारी प्राप्त कर वे अपने विपणन कार्यक्रम में भी प्रभावी परिवर्तन करते हैं।

उत्पाद अप्रचलनता

प्रत्येक उत्पाद का अपना जीवन चक्र होता है। उत्पाद अपनी प्रारम्भिक अवस्था को पार कर, विकास की अवस्था की ओर अग्रसर होता है, विकास से सन्तुष्टि की ओर व सन्तुष्टि से अप्रचलन या गिरावट की ओर अग्रसर होता है। अनेक उत्पाद जो देशी बाजारों में अप्रचलित हो जाते हैं, उनके बिक्री के लिये विदेशी बाजारों में अवसर विद्यमान रहते हैं। अनेक ऐसे उत्पाद हैं जो विकसित देशों में अप्रचलन की अवस्था तक पहुँच चुके हैं, पर विकासशील देशों में उन्हें आसानी से बेचा जा सकता है। व्यवहार में हम देखते भी हैं, कि अनेक विकसित देशों की सेना में जिन हथियारों को उपयोग से निकाल दिया जाता है, उन हथियारों को विकासशील देश खुशी-खुशी ले लेते हैं। विकसित देशों में लालटेन का बाजार कभी का अप्रचलित हो चुका है, पर आज भी भारत में व अन्य विकासशील देशों में इसके अच्छे बाजार उपलब्ध हैं। इससे स्पष्ट है, कि जो उत्पाद देशी बाजारों में अप्रचलित हो चुके हों उनका निर्यात ऐसे देशों में करके फर्म लाभ कमा सकती है, जहाँ अभी भी इसके विक्रय अवसर विद्यमान हैं।

बढ़ती हुई क्रय-शक्ति

इस शताब्दी में अनेक देश विदेशी आधिपत्यों से मुक्त होकर आजाद हुए हैं। इन देशों में स्वयं की सरकार स्थापित हुई हैं। कल्याणकारी राज्य की भूमिका का निर्वाह करते हुए विभिन्न

शासन व्यवस्थाओं ने अपने देश की अर्थव्यवस्था को मजबूत आधार प्रदान किया है, इससे उत्पादन में वृद्धि हुई है और प्रति व्यक्ति आय में वृद्धि हुई है।

व्यक्तिगत फर्म इस बढ़ी हुई आय से उत्पन्न क्रय शक्ति में वृद्धि का पूरा लाभ उठा सकती है। जिन विभिन्न वस्तुओं की माग में वृद्धि हुई है, उसका उत्पादन करके निर्यात विपणन के द्वारा व्यक्तिगत फर्म इस स्थिति का पूर्ण विदोहन कर सकती है।

विद्यमान क्षमता का पूर्ण उपयोग व विस्तार

फर्म नये-नये निर्यात बाजारों में प्रवेश करने के लिए व्यापक बाजार अनुसन्धान का सहारा ले सकती है। इससे उन नये क्षेत्रों का पता लगाया जा सकता है, जहाँ प्रवेश के अवसर उपलब्ध हैं। इन बाजारों की आवश्यकता के अनुरूप उत्पादों का विकास कर फर्म अपनी विद्यमान उत्पादन क्षमता का पूर्ण उपयोग करने में सफल हो सकती है। आवश्यकता पड़ने पर इसमें विस्तार भी कर सकती है। विद्यमान क्षमता के पूर्ण उपयोग से फर्म अपने लाभ के अवसरों को भी बढ़ा लेती है, क्योंकि एक निश्चित उत्पादन क्षमता तक स्थायी लागतें समान होती हैं। इस कारण उत्पादन बढ़ने पर प्रति इकाई लागत में कमी हो जाती है। यह स्थायी लागतों का बढ़ी हुई इकाइयों पर विभाजन से होता है।

उपक्रम का विकास

नियोजित अर्थव्यवस्था वाले देशों की सरकारें अपने आयातों में कमी लाने के लिये कई प्रकार के प्रतिबन्ध लगाती हैं। उपक्रम यदि विदेशी मुद्रा का अर्जन निर्यातों से करता है, तो उसके कुछ भाग को वह आवश्यक मशीनों आदि के आयात पर व्यय कर सकता है। इस कारण फर्म अपने निर्यात विक्रय को अधिकाधिक बढ़ाकर बहुमूल्य विदेशी मुद्रा अर्जित कर सकती हैं, इसके एक भाग का उपयोग ये उपक्रम आवश्यक मशीनों, उपकरणों, कच्चा माल तथा तकनीकी जानकारी के आयात में कर अपने उपक्रम का आधारभूत विस्तार करने में सक्षम हो सकते हैं। इस विकास का देशी व निर्यात विपणन में नये सिरे से लाभ उठा सकते हैं।

प्रेरणाओं का लाभ

व्यक्तिगत फर्मों के लिये निर्यात विपणन का महत्त्व प्रेरणाओं के दृष्टिकोण से भी है। प्रत्येक देश की सरकार अपने निर्यातों को बढ़ाने के लिये अनेक प्रकार की प्रेरणाओं व प्रोत्साहन

योजनाओं की घोषणा करती है। निर्यात किये जाने वाले अनेक उत्पादों पर सरकार करो में रियायत व नकद सहायता*¹ देती है। इससे उत्पादों के विक्रय मूल्यों में कमी होती है। इसका लाभ उठाकर फर्म विश्व बाजारों में विद्यमान कड़ी प्रतियोगिता का प्रभावी रूप से सामना कर सकती है।

अन्य दृष्टियों से महत्त्व

देश की अर्थव्यवस्था व व्यक्तिगत फर्मों के लिये तो निर्यात विपणन का महत्त्व है ही, पर कई दृष्टिकोणों से भी इसका महत्त्व है, जो इस प्रकार है—

अन्तर्राष्ट्रीय सहयोग

निर्यात विपणन से अन्तर्राष्ट्रीय सहयोग की भावना भी जन्म लेती है। विकसित देशों द्वारा विभिन्न वस्तुओं के आयात के लिये विभिन्न देशों के अभ्यंश तय कर दिये जाते हैं। जैसे अमेरिका व पश्चिमी देशों ने सूती कपड़ों के आयात के लिये विभिन्न देशों के लिये अभ्यंश तय कर दिया है। भारत का भी अपना अभ्यंश तय है। इस तय किये गये अभ्यंश की सीमा तक भारतीय निर्यातक इन देशों को सूती वस्त्रों का निर्यात कर सकते हैं। इस प्रकार की व्यवस्थाओं से निर्यात विपणन अन्तर्राष्ट्रीय सहयोग में वृद्धि करता है।

सांस्कृतिक सम्बन्धों में निकटता

निर्यात विपणन से विभिन्न देशों के मध्य व्यापारिक सम्बन्ध स्थापित होते हैं। विभिन्न देशों के सरकारी व गैर सरकारी प्रतिनिधि मण्डल एक दूसरे देशों में आवागमन करते हैं। इससे दूसरे देश के निवासियों की आदतों, रीति-रिवाजों व परम्पराओं का ज्ञान होता है। निर्यातक फर्म निर्यात विपणन के लिये अपने विक्रय केन्द्र विदेशों में खोलती हैं, निर्यातक फर्म के कर्मचारियों को इससे उनके निकट आने का अवसर मिलता है। इससे विभिन्न देशों के सांस्कृतिक सम्बन्धों में निकटता आती है।

राजनैतिक शान्ति में सहायता

अनेक देश ऐसे अनेक राष्ट्रों को विभिन्न वस्तुओं व सेवाओं का निर्यात करते हैं, जिनका राजनैतिक विचारधारा के धरातल पर निकट का भी सम्बन्ध नहीं है। रूस व अमरीका

*1. Cash-assistance

की राजनैतिक विचारधारा सर्वथा विपरीत है, फिर भी रूस अमरीका से अनाज का आयात करता है। भारत अनेक साम्यवादी देशों जैसे रूस, चेकोस्लोवाकिया, पोलैण्ड रूमानिया आदि को निर्यात करता है, इसमें कुछ सीमा तक राजनैतिक शान्ति में सहायता मिलती है।

इस प्रकार निर्यात विपणन से देश की अर्थव्यवस्था को तो अनेक प्रकार के लाभ मिलते ही हैं, साथ ही व्यक्तिगत फर्म को भी अनेकानेक लाभों की प्राप्ति होती है। निर्यात विपणन से विश्व-बन्धुत्व व एकता में भी एक सीमा तक सहायता मिलती है।

5.3 निर्यात विपणन प्रबन्ध

व्यावसायिक प्रबन्ध के क्षेत्र के उस भाग को जिसका सम्बन्ध निर्यात विपणन क्रियाओं में है, निर्यात विपणन प्रबन्ध*¹ कहते हैं। इसके अन्तर्गत निर्यात विपणन में आने वाली समस्याओं का सामाधान प्रबन्ध के दृष्टिकोण से किया जाता है। इसका आशय एक फर्म की उन विपणन क्रियाओं के निर्देशन व नियन्त्रण से भी लिया जाता है, जिसके लिये फर्म का निर्यात प्रबन्धक उत्तरदायी होता है। इससे यह स्पष्ट है, कि निर्यात विपणन प्रबन्ध के अन्तर्गत उन क्रियाओं का निष्पादन, निर्देशन व नियन्त्रण किया जाता है जिनका सम्बन्ध निर्यात विपणन से होता है।

आवश्यकता— विपणन की प्रक्रिया दो प्रकार के पहलुओं से युक्त होती है एक पहलू जहाँ तकनीकी है, वही दूसरा सामाजिक है। विपणन का तकनीकी पहलू यह स्पष्ट करता है, कि विपणन के भौतिक तत्वों से सम्बन्धित सिद्धान्त, रीति-नीतियों तथा नियमों को सभी देशों में समान रूप से प्रयोग किया जा सकता है। इस प्रकार विपणन का तकनीकी पहलू विपणन के सिद्धान्तों व नियमों को सार्वभौमिक स्वरूप देता है।

लेकिन इसका सामाजिक पहलू यह स्पष्ट करता है कि प्रत्येक देश के रीति-रिवाजों, परम्पराओं व मान्यताओं में अन्तर होता है। प्रत्येक देश के सामाजिक व सांस्कृतिक वातावरण में भिन्नता होती है। संस्कृति, भाषा, आर्थिक विकास, व्यावसायिक व कानूनी प्रावधानों में भी भिन्नता होती है। यह पहलू इस बात पर बल देता है कि निर्यात विपणन के लिए पृथक् प्रबन्ध की आवश्यकता होती है, जिनसे इन भिन्नताओं का ध्यान रखा जा सके।

इन कारण पृथक् निर्यात विपणन प्रबन्ध की आवश्यकता होती है। इससे एक फर्म विदेशी वातावरणों की विविधता के कारण उत्पन्न होने वाली जोखिम को न्यूनतम कर सकती है।

प्रत्येक देश के वातावरण व अन्य आवश्यकताओं के अनुरूप उत्पादों का उत्पादन कर फर्म निर्यात विपणन की जटिलता व अनिश्चितता को कम कर सकती है।

भारतीय उत्पादक अब तक विक्रेता बाजारों की स्थिति का लाभ उठाते रहे हैं। स्थिति में अब परिवर्तन होता जा रहा है। उन्हें अब विश्व बाजारों में प्रतियोगिता के लिए तैयार रहना चाहिए। निर्यात विपणन प्रबन्ध का प्रभावी रूप से उपयोग कर आज जापान ने अमरीकी बाजारों में अपने उत्पादों की श्रेष्ठता सिद्ध कर दी है। आज अमरीकी सड़कों पर बड़ी संख्या में जापानी कारें दौड़ रही हैं। अन्य कई उत्पादों में भी जापानी फर्म विश्व बाजारों में प्रसिद्ध हैं। यह सब निर्यात बाजारों की विशेषताओं का अध्ययन, उत्तम किस्म प्रमाण, आकर्षक पैकिंग, निरन्तर बाजार अनुसन्धान, प्रभावोत्पादक विज्ञापन कार्यक्रम व मितव्ययी वितरण व्यवस्था करके ही किया जा सकता है।

भारतीय निर्यातक फर्म भी विश्व बाजारों में अच्छे भाग को तभी प्राप्त कर पायेगी जब वे निर्यात विपणन प्रबन्ध पर ध्यान देगी, जिसमें विश्व बाजारों की सांस्कृतिक तथा सामाजिक परिस्थितियों का बारीकी से अध्ययन हो।

5.4 विपणन—मिश्रण

विक्रेता बाजारों के क्रेता बाजारों में परिवर्तन होने से प्रतियोगिता कठोर हो चुकी है। वर्तमान सन्दर्भ में विक्रय इतना सहज नहीं रहा जितना विक्रेता बाजारों की स्थिति में था। उपभोक्ता सार्वभौमिक स्थिति में आ गया है। उत्पाद की बिक्री को लाभप्रद बनाने में अनेक प्रकार के तत्वों का सहयोग होता है। उत्पाद की डिजाइन, किस्म, पैकेज, लेबल, मूल्य, विक्रय—संवर्धन, वितरण आदि अनेक प्रकार के घटक उत्पाद की विक्रयशीलता को अनुकूल या प्रतिकूल बनाते हैं। विपणन—मिश्रण^{*1} के विचार को अपना कर संस्था ऐसे विवेक—संगत निर्णय करने में सफल हो सकती है जो उसके विक्रय को लाभप्रद बना सके। विपणन—मिश्रण के विचारों को निम्नलिखित परिभाषाओं से स्पष्ट रूप से समझा जा सकता है—

डॉ० आर० एस० डावर के अनुसार, “उत्पादकों द्वारा बाजारों में सफलता प्राप्त करने हेतु अपनायी जाने वाली नीतियाँ विपणन मिश्रण की रचना करती हैं।”⁴ फिलिप कोटलर के अनुसार, “एक फर्म

*1. Marketing Mix

का कार्य अपने विपणन चलो के लिए सर्वोत्तम विन्यास का पता लगाना है। ये विन्यास ही इसके विपणन-मिश्रण की रचना करते हैं।⁴⁵

स्पष्ट है, कि विपणन-मिश्रण में ऐसे विपणन चलो के विन्यासों का चुनाव करना है, जो उसे अधिकाधिक लाभ प्रदान कर सकें व उसके विपणन कार्यक्रम प्रणाली का आधारभूत भाग होते हैं। इस प्रकार विपणन-मिश्रण विपणन व्यूहरचना का एक भाग है जिसमें सस्था बाजार लक्ष्यों को परिभाषित करके उसके अनुरूप ऐसे विपणन चलो का चयन करती है जिससे बाजार के लक्ष्यों को ग्राहक-सन्तुष्टि के द्वारा प्राप्त किया जा सके।

विपणन-मिश्रण के तत्त्व

इस बारे में एक सर्व-सम्मत राय नहीं है। लेजर एव केली ने विपणन-मिश्रण के तत्त्वों का वर्गीकरण तीन श्रेणियों में किया है (1) उत्पाद एव सेवा मिश्रण, (2) वितरण मिश्रण तथा (3) संचार मिश्रण।⁴⁶ लिपसन एव डालिंग ने विपणन मिश्रण में चार तत्त्वों को सम्मिलित किया है। (1) उत्पाद, (2) विक्रय शर्तें, (3) वितरण तथा (4) संचार।⁴⁷ उत्पाद में उन्होंने भौतिक उत्पाद, ब्रांड, पैकेज व उत्पाद सेवाएँ सम्मिलित की हैं, विक्रय शर्तों में साख़ जनो, मूल कीमत तथा परिवहन शर्तें शामिल की हैं। संचार में विज्ञापन, व्यक्तिगत विक्रय सवर्धन एव जन सम्पर्क को शामिल किया है। वितरण में उन्होंने सग्रहण सुविधाएँ तथा वितरण वाहिकाएँ सम्मिलित की हैं।

मेकार्थी ने विपणन-मिश्रण में चार तत्त्वों को शामिल किया है जो क्रमशः उत्पाद^{*1}, स्थान^{*2}, सवर्धन^{*3}, व कीमत^{*4}, है।⁴⁸ मेकार्थी के द्वारा वर्णित उपरोक्त 'चार पी' विपणन-मिश्रण के तत्त्वों का स्पष्ट रूप से वर्णन करते हैं। इनमें प्रत्येक का वर्णन इस प्रकार है—

उत्पाद— उत्पाद के अन्तर्गत उत्पाद के नियोजन को सम्मिलित किया जाता है। इसमें उत्पाद का रंग, डिजाइन, शैली, किस्म, पैके, लेबल, ब्रान्ड नाम, प्रमापीकरण व श्रेणीयन एव वस्तु की गारन्टी व सेवाएँ सम्मिलित की जाती हैं।

*1 Product

*2. Place

*3. Promotion

*4. Price

स्थान— इसमें उत्पादित वस्तु व सेवाओं को उपभोक्ता तक पहुँचाने हेतु वितरण की वाहिकाओं के चयन पर ध्यान दिया जाता है। इसमें परिवहन, भण्डारण, इन्वेन्टरी स्तर एवं स्थानीकरण आदि तत्वों को शामिल किया जाता है।

संवर्धन— संवर्धन में उन सभी क्रियाओं को शामिल किया गया है, जिससे उत्पादक अपने उत्पादकों के विक्रय हेतु प्रयोग करता है। इसमें विज्ञापन, व्यक्तिगत विक्रय, प्रचार व विक्रय संवर्धन को शामिल किया गया है।

कीमत— इसमें वस्तुओं के कीमत निर्धारण को शामिल किया जाता है। इसके साथ ही विक्रय मूल्य पर किस दर से किस सीमा पर छूट व बिट्टा दिया जायेगा इसका वर्णन भी होता है। भुगतान की शर्तें क्या होंगी इसे भी शामिल किया जाता है। प्रतियोगिता के तत्त्व का भी कीमते निर्धारित करते समय पूरा ध्यान रखा जाता है।

उपरोक्त वर्णन से यह स्पष्ट होता है, कि विपणन—मिश्रण में विभिन्न विद्वानों ने अनेक प्रकार के तत्वों को शामिल किया है। इन सब के आधार पर यह कहा जा सकता है, कि विपणन—मिश्रण में वस्तु या उत्पाद नियोजन, उत्पाद, विकास, बाजार अनुसन्धान, विज्ञापन, व्यक्तिगत विक्रय, प्रकार, संवर्धन, मूल्य निर्धारण, उत्पाद का भौतिक वितरण, वाहिकार्यों का चयन आदि तत्वों को सम्मिलित किया जाता है।

निर्यात विपणन एवं विपणन—मिश्रण का विचार

विपणन—मिश्रण का विचार निर्यात विपणन में अपना महत्वपूर्ण स्थान रखता है। विश्व बाजारों में काफी कड़ी प्रतियोगिता विद्यमान है। निर्यात विपणन प्रबन्धक विपणन—मिश्रण में शामिल विभिन्न तत्वों का इस प्रकार उपयोग कर सकता है जो विदेशी बाजारों की आवश्यकता के अनुरूप हो। विपणन—मिश्रण में शामिल विभिन्न तत्वों का उसे अनुकूलतम मिश्रण करना चाहिए।

निर्यात बाजारों में एक निर्यातक फर्म तभी सफल हो सकेगी जब उसके उत्पाद वांछित किस्म प्रतिमानों के अनुरूप हो। उत्पाद का रंग, डिजाइन वे शैली, पैकेज, लेबल, ब्रांड नाम इस प्रकार का होना चाहिए जो विदेशी क्रेताओं को बरबस अपनी ओर आकर्षित करे। उत्पाद गारन्टी व विक्रयोपरान्त सेवाओं को भी उचित स्थान दिया जाना चाहिए।

विपणन-मिश्रण का विचार यह वर्णित करता है कि उत्पाद नियोजन व विकास के पश्चात उत्पादक को इस बात पर ध्यान देना चाहिए कि उत्पादित वस्तुएँ व सेवाएँ किस प्रकार उपभोक्ताओं तक प्रवाहित की जायेगी। निर्यात विपणन प्रबन्धक को यह ध्यान रखना चाहिए कि वितरण लागत किसी भी प्रकार से उत्पाद की उपयोगिता में वृद्धि नहीं करती। वितरण की ऐसी वाहिकाओं को चुनना चाहिए जो मितव्ययी हो। ऐसा करते समय वितरण वाहिकाओं की द्रुतता को तिलाजलि नहीं देनी चाहिए। यातायात व परिवहन के ऐसे माध्यमों को अपनाया जाना चाहिए जो द्रुतगामी हो। उपभोक्ता केन्द्रों पर सहजता से व शीघ्र वितरण हेतु वहाँ सग्रह भण्डारण की भी व्यवस्था की जानी चाहिए।

आज के युग में प्रभावी माग का सृजन^{*1} करने में विज्ञापन व व्यक्तिगत विक्रय आदि की अपनी महत्वपूर्ण भूमिका है। शिक्षा के प्रसार के साथ-साथ इनका महत्व भी बढ़ता जा रहा है। निर्यात विपणन में सर्वोत्तम मिश्रण के तीनों तत्वों का अनुकूलतम सन्तुलन से उपयोग करना चाहिए। जहाँ उत्पादक अपने उत्पाद का विभिन्नीकरण कर सकता हो, उत्पाद में छुपे हुए^{*2} हो, विस्तृत बाजार हो, काफी बड़ी संख्या में ग्राहकों तक पहुँच करनी हो, तब विज्ञापन का अधिक उपयोग करना चाहिए और जहाँ उत्पाद की प्रति इकाई लागत अधिक हो, उत्पाद में प्रदर्शन मूल्य^{*3} हो, ग्राहक-आपत्तियों का प्रत्यक्ष निवारण करना आवश्यक हो वहाँ व्यक्तिगत विक्रय अपनाना चाहिए। इसके अतिरिक्त अनेक विक्रय सर्वोत्तम के साधन, जैसे मेले, प्रदर्शनियाँ, कूपन, कीमतों में कमी, प्रीमियम, विक्रय प्रतियोगिताओं की सहायता से भी विक्रय बढ़ाया जा सकता है। निर्यात विपणन में इसका व्यापक रूप से महत्व है। निर्यात बाजारों में विक्रय हेतु संवर्धन-मिश्रण के तीनों तत्वों का उचित तालमेल बैठकर उपयोग करना चाहिए।

विपणन-मिश्रण का विस्तार यह बताता है कि वस्तुओं की कीमतों का निर्धारण किसी भी फर्म की सफलता का महत्वपूर्ण निर्णय होता है। कीमतों का निर्धारण फर्म स्वतन्त्र रूप से नहीं कर सकती। इसका निर्धारण बाजार में विद्यमान प्रतियोगिता व ग्राहकों की क्रय-शक्ति दोनों को

*1 Creation of Effective Demand

*2 Hidden Buying Motives

*3. Demonstration Value

ध्यान में रखकर करना चाहिए। निर्यात विपणन में कीमत निर्धारण इस बात पर निर्भर करता है कि निर्यात बाजार विकसित देशों के हैं, या विकासशील देशों के। दोनों प्रकार के बाजारों में कीमत निर्धारण में आधारभूत अन्तर होता है। विकसित देशों के बाजारों में कीमत प्रतियोगिता नहीं के बराबर होती है। वहाँ अधिक कीमते रखी जा सकती है। विकासशील देशों के क्रेता अपनी सीमित क्रय-शक्ति के कारण कीमतों के प्रति संवेदनशील होते हैं, अतः वहाँ कम कीमते ही विक्रय बढ़ा सकती है।

निर्यात विपणन प्रबन्धक समय-समय पर बाजारों में आवश्यक विपणन अनुसंधान करवा कर विभिन्न तत्वों के बारे में होने वाले परिवर्तनों का पहले पता लगा सकता है। उसके आधार पर उचित समायोजन करके फर्म निर्यात बाजारों में अपने लाभदायक विक्रय परिमाण में वृद्धि कर सकती है। नये-नये बाजारों में प्रवेश करने के साथ ही फर्म विद्यमान बाजारों पर अपनी पकड़ को मजबूत बनाये रख सकती हैं।

उपर्युक्त विवरण से यह पूर्णतया स्पष्ट है, कि विपणन-मिश्रण की विचारधारा का निर्यात विपणन में व्यापक महत्व है। निर्यात विपणन प्रबन्धक को चार “पी” का उचित समन्वय स्थापित करना चाहिए जिससे वह लाभप्रद विपणन के अवसरों को जुटा सके।

विपणन-मिश्रण में परिवर्तन

निर्यात विपणन में सफलता के लिए केवल यही आवश्यक नहीं है, कि एक बार बाजार की आवश्यकताओं के अनुरूप विपणन-मिश्रण बना लिया जावे वरन् यह भी आवश्यक है कि इसमें परिस्थितियों में परिवर्तन के अनुसार यथोचित परिवर्तन भी किये जावें। इन परिवर्तनों की आवश्यकता अनेक कारणों से हो सकती है। प्रतियोगिता के स्तर, उपभोक्ताओं की रुचियों, आदतों, क्रय-व्यवहारों, फैशन, क्रय-शक्ति, शिक्षा, सामाजिक व सांस्कृतिक स्तर, नये उत्पादों के बाजार में प्रस्तुतीकरण, जीवन-स्तर, सरकारी कानूनों में परिवर्तन आदि अनेक ऐसे कारण हैं जो एक निर्यातक फर्म को समय-समय पर बाध्य करते हैं कि वह अपने विपणन-मिश्रण में परिवर्तन करे। विद्यमान बिक्री-स्तर के अलाभप्रद बनने पर निर्यातक अपने वर्तमान विपणन-मिश्रण पर विचार करने को प्रेरित हो सकता है।

उपरोक्त कारणों के प्रभाव से जब भी निर्यातक को अपने विपणन-मिश्रण में परिवर्तन की आवश्यकता अनुभव हो तो उसे पहले इस सम्बन्ध में बाजार अनुसंधान करके इस बात को

सुनिश्चित कर लेना चाहिए कि किस प्रकार के परिवर्तन किस सीमा तक अपेक्षित हैं। ऐसे परिवर्तन पहले कुछ चयनित बाजारों तक करना ठीक रहता है। यदि इन चयनित बाजारों में अनुकूल परिणाम निकले तो इस प्रकार से परिवर्तित विपणन-मिश्रण का विस्तार अन्य निर्यात बाजारों तक किया जाना चाहिए। इससे यह स्पष्ट है कि विपणन-मिश्रण में परिवर्तन अत्यन्त ही विवेकसम्मत निर्णय से होना चाहिए नहीं तो फर्म विद्यमान निर्यात बाजारों से भी अपने भाग से हाथ धो बैठेगी।

उपभोक्ता अभिमुखी

एक उत्पादक या निर्माता जितनी भी वस्तुओं व सेवाओं का उत्पादन करता है। उसका अन्तिम लक्ष्य ग्राहकों तक उनका विक्रय करना होता है। गोदाम की शोभा बढ़ाने के लिए वह वस्तुओं का उत्पादन नहीं करता है। विक्रेता-बाजारों के क्रेता-बाजारों में परिवर्तन गलाकाट प्रतियोगिता की स्थिति, शिक्षा के प्रसार, उन्नत जीवन-स्तर, उपभोग संरचनाओं में परिवर्तन आदि घटकों के प्रभाव से वर्तमान सार्वभौमिक हो गयी है। वह बाजार का एक छत्र राजा या सम्राट होता है। सभी कम्पनियों की विपणन क्रियाओं का ताना-बाना इस प्रकार बुना जाता है, जिससे उपभोक्ता रूपी सम्राट की सही प्रकार से सेवा की जा सके।

आज वह जमाना कालातीत हो चुका है जब एक उत्पादक यह सोचता था, कि यदि उसका उत्पाद उत्तम है तो वह स्वयं ही ग्राहकों को आकर्षित करेगा। आज जो उत्पादक चाहता है वह नहीं अपितु जो ग्राहक चाहता है वही उत्पादित होगा। उपभोक्ता अभिमुखी*¹ का विचार इस बात की व्याख्या करता है कि एक कम्पनी को सर्वप्रथम व्यापक बाजार अनुसन्धान करके यह पता लगाना चाहिए, कि ग्राहक उत्पाद से क्या अपेक्षाएँ रखते हैं, उसी के अनुरूप उत्पादों को निर्माण कम्पनी को करना चाहिए। जिन-जिन विपणन फर्मों ने इस विचार को व्यवहार में अपनाया है, उन्होंने बाजार के अच्छे भाग पर अधिकार किया है। जापान की "कोडक" कम्पनी ने इसी विचार को अपनाकर फिल्मों, कैमरों आदि के अच्छे बाजार अमरीका में बनाये हैं। भारत में सूती वस्त्रों के निर्यातकों ने भी पश्चिमी शैली के आधार पर कपड़े बनाकर विश्व बाजारों

मे अपना अधिकार जमाया है, पर आज चीन वस्त्र उद्योग के क्षेत्र में भारत के समक्ष जबरदस्त चुनौती बन कर खड़ा है।

संक्षेप में यह विचार इस बात का वर्णन करता है, कि वर्तमान समय में सफलता प्राप्त करने के लिए कम्पनी के संगठन चार्ट में उपभोक्ता का स्थान सर्वोच्च होना चाहिए। उपभोक्ता जैसे उत्पाद व सेवाएँ चाहता है, उन्हें ही प्रदान कर संस्था लाभ अर्जित कर सकती है, अन्यथा उसे निराशा ही हाथ लगेगी।

उपभोक्ता अभिमुखी का क्रियान्वयन

उपभोक्ता अभिमुखी विचार का महत्व तो उपरोक्त विवरण से स्पष्ट है पर मूल प्रश्न यह है कि एक कम्पनी जो इस विचार के आधार पर अपनी विपणन क्रियाओं का निष्पादन करना चाहती है, वह इसका क्रियान्वयन किस प्रकार करे। अमरीकी विद्वान फिलिप कोटलर^९ ने इसके क्रियान्वयन की पाँच अवस्थाओं का वर्णन किया है जो इस प्रकार हैं—

(i) आवश्यकता को परिभाषित करना—उत्पादक या निर्माता को सर्वप्रथम तो यह निर्णय करना होगा कि वह किस प्रकार की आवश्यकता को पूरा करना चाहता है। वह जिन वस्तुओं या सेवाओं का उत्पादन का निर्माण कर रहा है, उसे या उसके किसी भाग को ही उपभोक्ताओं को प्रदान कर सकता है। ऐसा करते समय कम्पनी को अपने द्वारा प्रदान किये जाने वाले उत्पादों को एक उपभोक्ता की दृष्टि से देखने का प्रयास करना चाहिए। एक दवाइयों का विक्रय करने वाली फर्म न केवल दवाइयों बेचती है, बल्कि वह स्वास्थ्य भी बेचती है। ऊँची कपड़े के निर्माता के लिए ऊँची कपड़े मात्र ऊँची कपड़े ही हैं, पर उपभोक्ता के लिए यह सर्दी की सुखद गर्माहट है। श्रृंगार के समानों का उत्पादन उत्पादक के लिए केवल श्रृंगार के प्रसाधनों का निर्माण ही है, पर किसी युवती के लिए वह सौन्दर्य है, क्योंकि वह तो इसे उसी दृष्टि से देखती है। अतः उत्पादक को सर्वप्रथम ग्राहकों की दृष्टि से उत्पाद को देखने का प्रयास करना चाहिए कि वे उत्पाद से क्या चाहते हैं।

(ii) लक्ष्य-समूहों की परिभाषा—प्रत्येक निर्माता न तो सभी उत्पाद बना सकता है, न सभी बाजारों में अपने उत्पादों का विक्रय कर सकता है। अपने सीमित साधनों के कारण कम्पनी को अपनी भावी विपणन क्रियाओं की सीमा निर्धारित करनी होती है। इसके लिए

उत्पादक को बाजार विभक्तिकरण करके ऐसे बाजारों का चयन करना होगा जहाँ तक पहुँच उसके लिए लाभप्रद व ससाधनों की सीमा में हो।

एक संगठन अनेक प्रकार के समूहों को उत्पाद व सेवाएँ प्रदान करता है, लेकिन सभी समूहों से वह समान श्रम व ध्यान से व्यवहार नहीं करता। अनेक समूह में से भी जो समूह अधिक लाभदायक-विक्रय परिणाम दे सके उसे प्राथमिकता दी जानी चाहिए। एक हवाई यातायात कम्पनी केवल छुट्टियों में भ्रमण करने वाले यात्रियों की अपेक्षा व्यावसायिक ग्राहकों पर अधिक ध्यान दे सकती है, क्योंकि एक तो व्यावसायिक ग्राहक स्थायी रूप से भ्रमण करते ही रहते हैं, दूसरी ओर वे अधिक मूल्य देकर भी विमान की अत्यन्त सुविधायुक्त श्रेणी चाहते हैं। इससे वह कम्पनी अधिक लाभ कमाने हेतु व्यावसायिक ग्राहकों पर अधिक ध्यान देना उपयोगी समझ सकती है। इससे स्पष्ट है कि क्रियान्वयन के दूसरे चरण में उत्पादक को बाजार में से किसी एक लक्ष्य समूह का चयन करना चाहिए जो अपेक्षाकृत अधिक लाभप्रद हो।

(iii) विभेदात्मक उत्पाद व सन्देश—इसके पश्चात् विभिन्न लक्ष्य समूहों के ग्राहकों की इच्छाओं, प्रवृत्तियों व व्यवहार का पता लगाने, मूल्यांकन करने व निर्वर्चन करने हेतु पुनः आधारभूत बाजार अनुसंधान किया जाना चाहिए। इसके अन्तर्गत कम्पनी को विभिन्न आधारों पर बाजार का विभक्तिकरण कर लेना चाहिए। इसका उद्देश्य यह होता है कि एक ही बाजार के विभिन्न ग्राहकों को उत्पादों का विक्रय किया जा सके। इसके लिए भिन्न-भिन्न किस्मों, रंगों, डिजाइनों व मूल्यों वाले उत्पादों का निर्माण आवश्यक होता है। व्यवहार में हम देखते भी हैं कि एक ही कम्पनी अलग-अलग मूल्यों व किस्मों वाले उत्पादों का निर्माण करती है जिससे विभिन्न आय-वर्गों के ग्राहकों को उत्पादों का विक्रय किया जा सके। अमरीकी फोर्ड मोटर कम्पनी ने विभिन्न मूल्यों वाली, अनेक किस्म, डिजाइन, उपयोग वाली मोटर गाड़ियों का निर्माण कर विभेदात्मक वस्तु नीति को सफलता से अपनाया है। (विभेदात्मक उत्पादों के निर्माण के साथ ही यह भी आवश्यक है कि ग्राहकों तक यह संदेश पहुँचाया जाये कि अमुक उत्पाद किस प्रकार से उनकी प्रभावी रूप से व कुशलता से सेवा करता है। विज्ञापन संन्देशों में इस बात को प्रधानता दी जानी चाहिए कि—यह उत्पाद तो केवल आप ही के लिए बनाया गया है, क्योंकि यह इस प्रकार से आपकी आवश्यकताओं की पूर्ति करता है।)

(iv) **ग्राहक अनुसंधान—विभिन्न ग्राहक—** वर्गों की आवश्यकताओं को सन्तुष्ट करने वाले उत्पादों का विभेदात्मक रूप से उत्पादन व विक्रय ही पर्याप्त नहीं है बल्कि कम्पनी को सतत रूप से ग्राहक अनुसंधान सम्पन्न करते रहना चाहिए। वर्तमान समय में उपभोक्ताओं की रुचियों, आदतों, क्रय व्यवहारों, प्राथमिकताओं आदि में शीघ्रता से परिवर्तन हो रहे हैं। इसने सम्पूर्ण विपणन प्रणाली को काफी गतिशील बना दिया है।

बाजार अनुसंधान से प्राप्त परिणामों के मूल्यांकन के आधार पर कम्पनी अपने उत्पादों में आवश्यक परिवर्तन करके न केवल सम्भावित हानियों से अपनी रक्षा कर सकती है, बल्कि अच्छे बाजार अंश पर अपना अधिकार कर सकती है। इससे कम्पनी ग्राहक सन्तुष्टि को बनाये रख सकती है।

(v) **विभेदात्मक—लाभ व्यूहरचना—** ग्राहक अधिक विचार के क्रियान्वयन का यह अन्तिम चरण है। ग्राहक जिस उत्पादक के उत्पाद को प्रयोग में ला रहा है, वह उस उत्पाद की विशेषताओं की तुलना बाजार में विद्यमान अन्य प्रतियोगियों के उत्पादों से करता है। इस कारण कम्पनी को अपने साधनों, प्रतिष्ठा व अवसरों के द्वारा अपने उत्पाद में किसी विभेदात्मक लाभ को सृजित करने का प्रयास करना चाहिए। विभेदात्मक लाभ से आशय एक उत्पादक द्वारा प्रदान किये जा रहे ऐसे लाभ से है, जो उसके प्रतियोगियों के उत्पाद में नहीं है। इससे ग्राहक को एक अतिरिक्त सन्तुष्टि का आनन्द होता है। ऐसा करना कम्पनी के दीर्घकालिक विपणन के हितों की दृष्टि से अत्यन्त अनुकूल रहता है।

उपरोक्त विवरण से यह स्पष्ट है कि ग्राहक अभिमुखी विचार को अपना कर निर्यातक निर्यातक निर्यात विपणन में प्रतियोगिता की जटिल स्थिति में भी लाभ कमा सकता है। जापानी 'कोडक' कम्पनी तथा अमरीका की 'फोर्ड मोटर कम्पनी' की सफलता के पीछे बड़ा कारण यही है कि उनके विपणन कार्यक्रमों की सम्पूर्ण दिशा व प्रवाह ही ग्राहक अभिमुखी है। आज किसी भी फर्म को जीवित रहना है अथवा अपना विकास व प्रगति करनी है तो उसे ग्राहक अभिमुखी होना ही पड़ेगा, यही समय की माँग है।

5.5 निर्यात विपणन का क्षेत्र

निर्यात विपणन का क्षेत्र अत्यन्त ही व्यापक है। निर्यातक कम्पनी कई प्रकार से निर्यात विपणन में सहयोग कर सकती है। निर्यात विपणन में की जा सकने वाली क्रियाओं को इसके क्षेत्र में सम्मिलित किया जा सकता है। निर्यात विपणन के क्षेत्र को निम्नलिखित शीर्षकों के अन्तर्गत वर्णित किया जा सकता है—

(i) विदेश में शाखा की स्थापना—इसके अन्तर्गत एक निर्यातक अपनी शाखा विदेश में खोल सकता है। यह शाखा निर्यात बाजार की आवश्यकता के अनुरूप उत्पादों का संयोजन व पैकिंग कर सकती है। कभी-कभी पूरा उत्पाद ही वहाँ पर स्थापित शाखा बना सकती है। उत्पादन को निर्यात बाजार के स्थान पर ही सम्पन्न करने हेतु भारी पूँजी विनियोजन की आवश्यकता होती है। विदेश में शाखा की स्थापना पर निर्यात बाजार की आवश्यकता के अनुरूप योग्य व चतुर विक्रेताओं की आवश्यकता होगी।

(ii) संयुक्त साहस व सहयोग—निर्यात विपणन के क्षेत्र में संयुक्त साहस व सहयोग का भी प्रभावी उपयोग हो सकता है। इसके अन्तर्गत निर्यातक कम्पनी किसी अन्य कम्पनी के साथ मिलकर कार्य करती है। ऐसा कार्य अधिक व क्षमता के बाहर होने पर किया जाता है, जिससे उपलब्ध विपणन अवसरों का अनुकूलतम विदोहन किया जा सके। ऐसी व्यवस्था को अपनाकर कम्पनी घरेलू-विपणन व निर्यात-विपणन दोनों का प्रभावी रूप से निष्पादन कर सकती है।

(iii) अनुज्ञा-पत्र व्यवस्थाएँ—इस प्रकार की व्यवस्था भी निर्यात-विपणन के क्षेत्र में आती है। यह एक अनूठी प्रकार की व्यवस्था है, इसमें निर्यातक कम्पनी अन्य देश की फर्म को अनुज्ञा-पत्र में वर्णित शर्तों के आधार पर विक्रय करने का अधिकार देती है। इसमें विदेशी फर्म को समान उत्पाद, किस्म व ब्राण्ड का उपयोग करना होता है। इनसे विदेशी फर्म को निर्यातक कम्पनी के नाम, ख्याति व प्रतिष्ठा का लाभ मिल जाता है। निर्यातक कम्पनी विदेशी कम्पनी से विक्रय की कुल राशि का निश्चित प्रतिशत प्रतिफल के रूप में प्राप्त करती है।

(vi) परामर्श सेवाएँ—निर्यात विपणन के क्षेत्र में परामर्श सेवाएँ भी आ जाती हैं। विकसित देश विकासशील देशों को अपने यहाँ आधारभूत उद्योगों की स्थापना के लिए परामर्श सेवाओं का निर्यात करते हैं। बॉधों आदि के निर्माण हेतु भी परामर्श सेवाएँ निर्यात की जाती हैं।

इसके लिए निर्यातक कम्पनी अपने परामर्शदाता भेज देती है जो निर्माण स्थल पर अपना मार्ग-दर्शन देते हैं।

(v) तकनीकी व प्रबन्धकीय जानकारी—निर्यात विपणन के क्षेत्र में वर्तमान में तकनीकी व प्रबन्धकीय जानकारी भी सम्मिलित हो गयी है। निर्यातक देश अपने तकनीकी विशेषज्ञ व प्रबन्धको को इसके आयातक देशों में भेजकर वहाँ के व्यक्तियों को तकनीकी व प्रबन्धकीय चातुर्य का ज्ञान कराते हैं।

विपणन बनाम व्यापार

विपणन^{*1} का आशय वस्तु के क्रय-विक्रय से है। वस्तु का क्रय विक्रय लाभार्जन के उद्देश्य से किया जाता है। क्रय-विक्रय की यह क्रिया प्रायः सूक्ष्म स्तर^{*2} पर की जाती है। किन्तु जब व्यापक स्तर^{*3} पर वस्तु का क्रय-विक्रय लाभार्जन के उद्देश्य से किया जाता है तब उसे व्यापार^{*4} कहते हैं। इस तरह, विपणन व्यापार की आरम्भिक-दशा है।

व्यापार का अर्थ क्रेता एवं विक्रेता दोनों के पारस्परिक लाभ हेतु वस्तुओं एवं सेवाओं के विनिमय से है। जो व्यक्ति इन क्रियाओं को करते हैं उन्हें व्यापारी^{*5} और उनकी क्रियाओं को व्यापार कहते हैं। विपणन में भी क्रेता एवं विक्रेता दोनों के पारस्परिक लाभ हेतु वस्तुओं एवं सेवाओं का विनिमय निहित है। विपणन एवं व्यापार में मात्र इतना ही अन्तर है कि जब हम विपणन का उल्लेख करते हैं तब इसमें रंग, डिजाइन, शैली, किस्म, पैकिंग, लेबल, ब्रांड नाम, प्रमापीकरण व श्रेणीयन के विचार सामने उपस्थित होते हैं। उत्पाद-विभेदीकरण^{*6} के ये कार्य विपणन-व्यवस्था अथवा विपणन-प्रबन्ध के अन्तर्गत आते हैं। किन्तु जब हम व्यापार का उल्लेख करते हैं तब वस्तुओं की मात्रा व उसकी गुणवत्ता के विचार सामने उपस्थित होते हैं। इन क्रियाओं का संबंध व्यापार-व्यवस्था^{*7} से है। सम्पूर्ण व्यापार व्यवस्था पर विपणन-व्यवस्था का “निश्चित” एवं “प्रभावी” असर होता है। सरल शब्दों में—

*1. Marketing

*3. Macro level

*5. Trader

*7. Trade System

*2. Micro level

*4. Trade

*6. Product Differentiation

कारण	परिणाम	अंतिम परिणाम
विपणन—व्यवस्था	बिक्री	व्यापार में
सम्बन्धी उपायों में वृद्धि	में	वृद्धि
(जैसे—उत्पाद विभेदीकरण, में वृद्धि)	वृद्धि	

इस तरह, विपणन व्यापार की “आरम्भिक” एवं “सूक्ष्मस्तर की विनिमय क्रिया” है तो व्यापार विपणन की “उच्च” एवं “व्यापक स्तर” की विनिमय क्रिया है। व्यापार में सम्पूर्णता*¹ एवं समग्र*² होने का भाव निहित है। किन्तु विपणन में ऐसा नहीं है। विपणन में विक्रय का जो भाव निहित है वह एक क्रेता, दो क्रेता, तीन क्रेता तक भी सीमित हो सकता है।

5.6 विदेश—व्यापार

दो अथवा दो से अधिक देशों के बीच होने वाले व्यापार को विदेश व्यापार*³ अथवा विदेशी व्यापार अथवा अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार*⁴ कहते हैं। उदाहरण के लिए, भारत (एक देश) का श्री लंका (दूसरे देश) से व्यापार। इस तरह, जब क्रेता एवं विक्रेता पृथक् पृथक् देशों में रहते हैं तो उनके मध्य होने वाले क्रय—विक्रय को विदेशी—व्यापार कहा जायेगा। विदेशी व्यापार में एक देश की वस्तुएँ उस देश की सीमा को पार कर दूसरे देश की सीमा में प्रवेश करती हैं। विदेशी व्यापार की दशा में देश खुली अर्थव्यवस्था*⁵ वाला होता है।

विदेशी व्यापार को तीन भागों में वर्गीकृत जाता है— (i) आयात व्यापार*⁶, (ii) निर्यात व्यापार*⁶, तथा (iii) निर्यात हेतु आयात*⁷ अथवा पुननिर्यात व्यापार*⁸। वस्तुतः तीसरा वर्गीकरण पहले के दोनों वर्गीकरण के अंग हैं। अतः आयात व्यापार एवं निर्यात—व्यापार ही विदेशी व्यापार के संदर्भ में मुख्य हैं।

*1. Totality

*3. Foreign Trade

*5. Open Economy

*7. Export Trade

*9. Re-export Trade

*2 Aggregate

*4. International Trade

*6. Import Trade

*8. Import for export

आयात—व्यापार

जब एक देश का क्रेता दूसरे देश के विक्रेता से माल क्रय करके अपने देश की सीमाओं में लाता है तो इसे देश का आयात व्यापार कहेंगे। उदाहरण के लिए, भारत ईरान से पेट्रोलियम पदार्थ मगाता है तो यह भारत का आयात व्यापार कहा जाएगा।

निर्यात व्यापार

जब एक देश में बना माल दूसरे देश (विदेश) में जाता है तो इसे निर्यात व्यापार कहेंगे। उदाहरण के लिए भारत से चाय, सूती वस्त्र, आदि वस्तुओं का इंग्लैंड तथा अन्य देशों को निर्यात किया जाता है।

5.7 भारत का विदेश—व्यापार

भारत के विदेश व्यापार को व्यापार की दिशा, व्यापार की संरचना एवं व्यापार की दशा (प्रवृत्ति) शीर्षकों में देख सकते हैं—

व्यापार की दिशा

व्यापार की दिशा^{*1} से अभिप्राय विदेश—व्यापार के भौगोलिक वितरण से है। ऐतिहासिक कारणों से भारत का अधिकांश विदेश—व्यापार इंग्लैंड से होता रहा है, किन्तु विगत वर्षों में भारत के व्यापारिक संबंध अन्य देशों से बढ़े हैं।

इंग्लैंड के स्थान पर अन्य देशों का भाग बढ़ा है जिनमें अमेरिका, रूस तथा जापान विशेष रूप से महत्वपूर्ण हैं। यूरोपीय संघ के देशों का हमारे निर्यातों में बड़ा प्रतिशत है। एशियाई देशों के साथ भी भारत के व्यापार में महत्वपूर्ण वृद्धि हुई है। 1960 के बाद इन देशों के साथ भारत का व्यापार तेजी से बढ़ा है। विकासशील देशों के साथ व्यापार में भारत का अधिक प्रतिशत एशिया के देशों का ही रहता है। इनमें दक्षिण एशिया क्षेत्रीय सहयोग संगठन (सार्क) के देशों के साथ भारत का व्यापार बहुत कम है। 1989-90 में इन देशों का भारत के निर्यातों में केवल 2.5 प्रतिशत तथा आयातों में 0.3 प्रतिशत हिस्सा था जो कि 1995-96 में क्रमशः 5.4 प्रतिशत तथा 0.7 प्रतिशत हो गया है। एशिया के अन्य देशों का हिस्सा क्रमशः 10.7 प्रतिशत तथा 12.3 प्रतिशत से बढ़कर 22.9 प्रतिशत तथा 17.6 प्रतिशत हुआ है।

*1. Direction of Trade

व्यापार की संरचना

किसी देश के व्यापार का जो सबसे महत्वपूर्ण पहलू होता है, वह है उसके व्यापार की संरचना*¹ या बनावट क्या है? अर्थात् वह किस प्रकार की वस्तुओं का व्यापार करता है। इससे इस बात का पता चलता है कि कौन-सा माल उसके पास है और कौन-सा नहीं है क्योंकि जो उसके पास नहीं है उसका वह आयात करेगा और जो है उसका वह निर्यात करेगा। आयात और निर्यात के ढाँचे में होने वाले परिवर्तनों से देश के आंतरिक उत्पादन के ढाँचे में होने वाले परिवर्तनों को मालूम किया जा सकता है। भारतीय निर्यात के संबंध में उल्लेखनीय है कि 1965-66 तक भारतीय निर्यात चाय, जूट निर्मित वस्तुओं तथा सूत्री वस्त्र पर केन्द्रित था। 1965-66 के बाद निर्यात ढाँचे में आमूलचूल परिवर्तन आया। परम्परागत वस्तुओं के स्थान पर नयी वस्तुएँ निर्यात समूह में जुटी। इनमें प्रमुख हैं— इंजीनियरिंग वस्तुएँ, चमड़े की बनी वस्तुएँ, सूती वस्त्र एवं सिले वस्त्र, मोती तथा बहुमूल्य पत्थर, ऊनी कालीन, लोहा तथा इस्पात आदि। इनका कुल निर्यात में अंशदान 70% रहा। 1999-2000 के दौरान विनिर्मित वस्तुओं के निर्यात में 14.3% की वृद्धि हुई। इस अवधि में रत्न तथा आभूषण में 28.8% इंजीनियरिंग वस्तुओं में 11.2% तथा सूती वस्त्र में 10.9% की वृद्धि हुई। भारत का 'साफ्टवेयर निर्यात' 1997-98 में 60% वृद्धि, 1999-2000 में 53% वृद्धि हुई, इससे अदृश्य प्राप्तियों में भारी वृद्धि हुई है।

प्रमुख भारतीय आयात हैं— पेट्रोलियम उत्पाद तथा सम्बद्ध सामग्री, उपभोक्ता वस्तुएँ जैसे दाल, चीनी, अनाज, खाद्य तेल, उर्वरक, लुगदी और रस्सी कागज, पुंजीगत वस्तुएँ जैसे इलेक्ट्रिकल एवं इलेक्ट्रॉनिक मशीनरी, परिवहन उपकरण, आदि। 1999-2000 के दौरान कुल आयात में पेट्रोलियम आयात का प्रतिशत 22.2, पुंजीगत वस्तुओं का आयात 17.1 प्रतिशत रहा है।

व्यापार की दशा

स्वतंत्रता के पहले भारत के व्यापार की दशा अच्छी नहीं थी। अनेक भारतीय उद्योग नष्ट हो गए थे अपितु भारतीय अर्थ व्यवस्था को इंग्लैंड के हित को पूरा करने का एक साधन—मात्र बना दिया गया। 1947 में स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद से और विशेष रूप से 1951 के आयोजन—काल

*1. Composition of Trade

के आरम्भ से भारत के विदेशी व्यापार की प्रवृत्ति बढ़ने की रही है। भारत के विदेशी व्यापार की दशा पर निम्न तालिका से प्रकाश पड़ता है।

तालिका 5.1
योजना काल में भारत का विदेशी व्यापार

वर्ष	करोड ₹0			मिलियन यू0 एस0 डालर		
	निर्यात	आयात	व्यापार सतुलन	निर्यात	आयात	व्यापार सतुलन
1950-51	606	608	-2	1269	1273	-4
1960-61	642	1122	-480	1346	2353	-1007
1970-71	1535	1634	-99	2031	2162	-131
1980-81	6711	12549	-5838	8486	15869	-7383
1990-91	32553	43198	-10645	18143	24075	-5932
1995-96	106353	122678	-16325	31797	36678	-4881
1999-2000	162925	204583	-41658	37599	47212	-9613

Source Economic Survey, 2000-01 Ps 81-82

उपरोक्त तालिका से स्पष्ट होता है कि योजना काल में भारत के विदेशी व्यापार में पर्याप्त वृद्धि हुई है, परन्तु व्यापार सतुलन¹⁰ में घाटा निरन्तर बढ़ता गया है। खाद्यान्न सकट और विकास की आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए देश में आयात बढ़ता गया और साथ ही निर्यात में वृद्धि का भी प्रयास होता रहा परन्तु कुल व्यापार में निर्यातों की तुलना में आयातों के मूल्य अधिक रहे हैं। इस तरह व्यापार का घाटा दो करोड ₹0 रहा। 1960-61 में निर्यात का मूल्य 642 करोड ₹0 तथा आयात का मूल्य बढ़कर 1122 करोड ₹0 हो गया। इस तरह व्यापार का घाटा बढ़कर 480 करोड ₹0 हो गया। देश का निर्यात बढ़कर 1990-91 में 32553 करोड ₹0 तथा आयात बढ़कर 43198 हो गया। इस तरह इस वर्ष व्यापार घाटा 10645 करोड ₹0 के बराबर हो गया। इसी क्रम में 1999-2000 में देश का कुल निर्यात मूल्य 162925 करोड ₹0 तथा आयात का मूल्य 204583 करोड ₹0 हो गया। इस तरह व्यापार का घाटा बढ़कर 41658 करोड ₹0 हो गया।

उपरोक्त तालिका से यह भी स्पष्ट है कि 1950-51 से 1999-2000 के मध्य देश के निर्यात व्यापार के मूल्य में लगभग 269 गुना वृद्धि हुई जबकि आयात व्यापार के मूल्य में 336 गुना वृद्धि हो गयी।

स्वतंत्रता प्राप्ति के उपरांत मात्र दो वर्षों 1972-73 तथा 1976-77 में भारत का व्यापार सतुलन अनुकूल रहा जबकि शेष वर्षों में प्रतिकूल ही रहा। 1972-73 में भारत के निर्यात व्यापार का मूल्य 1971 करोड़ ₹0 तथा आयात व्यापार का मूल्य 1867 करोड़ ₹0 था। इस तरह व्यापार सतुलन 104 करोड़ ₹0 से भारत के पक्ष में रहा। 1976-77 में निर्यात व्यापार का मूल्य 5142 करोड़ ₹0 तथा आयात व्यापार का मूल्य 5074 करोड़ ₹0 रहा। इस तरह इस वर्ष व्यापार सतुलन 68 करोड़ ₹0 से भारत के पक्ष में रहा।

विश्व व्यापार में भारत के निर्यात का प्रतिशत 1948-49 में 22 प्रतिशत था जो घट कर 1998 में 0.6% रह गया।

संदर्भ एवं टिप्पणी

1. "Marketing is a total system of business activities designed to Plan, Price, Promote, and distribute want-satisfying goods and services to Present and potential customers," -W J Stanton Fundamentals of Marketing, 5 th edition, Page 5.
2. Terpstra Vern : 'International Marketing' Holt, Rinehart and Winston, Inc. 1972, Page 4.
3. भुगतान सतुलन अथवा भुगतान शेष अर्थ व्यवस्था के राष्ट्रीय लेखे का वह भाग है जिसमें अन्तर्राष्ट्रीय लेन-देन का विवरण रहता है। भुगतान शेष के लेखे में तीन तरह के लेन-देन दिखाये जाते हैं—(1) विभिन्न प्रकार की वस्तुओं के आयात तथा निर्यात से संबंधित लेन-देन जिसे व्यापार शेष (अथवा व्यापार सतुलन, अथवा दृश्य शेष) कहते हैं, (2) विविध प्रकार की सेवाओं, जैसे— बीमा, बैंक, संचार, आदि के लेन देन। इन सेवाओं के लेन-देन को भुगतान शेष की अदृश्य मदें कहते हैं, एवं (3) पूँजी तथा मुद्रा के प्रवाह संबंधी लेन-देन। इस प्रकार के लेन देन को भुगतान शेष का "पूँजीगत खाता" कहते हैं।
4. "The policies adopted by manufacturers to attain success in the market constitute the Marketing Mix " -K S. Davar : Modern Marketing Management. p 14.
5. "The firm's task is to find the best setting for its marketing decision variables. The setting constitute its Marketing-Mix" -Philip Kotlar : Marketing Management, p 43.
6. William Lazer and E.J. Kellay: Managerial Marketing p.413
7. H.A. Lipson and J.R. Darling: Introduction to Marketing -An Administrative Approach, p 586.
8. Mc. Carthy: Basic Marketing; A Managerial Approach. p 44.
9. Philip Kotlar. Marketing management p 18.
10. भुगतान शेष (बैलेस आफ पेमेंट) का वह भाग जिसमें विभिन्न प्रकार की वस्तुओं के आयात तथा निर्यात का लेखा रखा जाता है, व्यापार शेष अथवा व्यापार संतुलन (बैलेस आफ ट्रेड) कहलाता है।

अध्याय 6

भारत का विदेशी-व्यापार एवं अन्य सार्क देश

अल्प विकसित एवं विकासशील देशों के लिए विदेश व्यापार बहुत महत्व रखता है। यह विकास की लालसा उत्पन्न करता है, ज्ञान तथा अनुभव देता है, जो विकास को संभव बनाते हैं और इसे पूरा करने के साधन प्रदान करता है। इसका कार्य भावी विकास के संदर्भ में अत्यंत महत्वपूर्ण है। संक्षेप में, विदेश व्यापार आर्थिक विकास का इंजन है।

भारत एक विकासशील देश है। इसके व्यापार में योजनावधि में महत्वपूर्ण परिवर्तन हुए हैं। स्वतंत्रता से पूर्व और स्वतंत्रता के बाद भारत के विदेश-व्यापार प्रवृत्तियों में उल्लेखनीय अंतर है। स्वतंत्रता से पूर्व भारत का विदेश-व्यापार उपनिवेशी प्रवृत्तियों से प्रभावित था और इसके बाद इनसे मुक्त हो गया। इसके अतिरिक्त, राजनीतिक स्वतंत्रता के बाद ही भारत ने आर्थिक स्वतंत्रता के लिए भी प्रभावशाली कदम उठाये और इनका प्रभाव विदेश व्यापार पर स्पष्ट रूप से परिलक्षित है। योजनावधि में विकासात्मक प्रयासों का प्रभाव भारत के विदेशी व्यापार पर पड़ा है। इतना ही नहीं, विदेशी व्यापार ने विकासात्मक प्रयासों को भी प्रभावित किया है।

हाल के वर्षों में द्विपक्षीय व्यापार प्रणाली का परम्परागत स्वरूप बदला है तथा बहुपक्षीय व्यापार प्रणाली के अंतर्गत क्षेत्रीय व्यापारिक एवं आर्थिक सहयोग संगठनों व गुटों को बढ़ावा मिला है। इनमें यूरोपीय संघ, ओपेक, एशियन, सार्क आदि के नामों का उल्लेख किया जा सकता है।

प्रस्तुत अध्याय-6 का अनुभाग 6.1 द्विपक्षीय एवं बहुपक्षीय व्यापारिक समझौता पर है। अनुभाग 6.2 विश्व में क्षेत्रीय व्यापार गुटों का योगदान तथा अनुभाग 6.3 सार्क की स्थिति को स्पष्ट करते हैं। अनुभाग 6.4 अन्य सार्क देशों के साथ भारत के विदेशी व्यापार की समीक्षा करता है। इसी अनुभाग में द्विपक्षीय व्यापार प्रणाली के अंतर्गत भारत-नेपाल व्यापार, भारत-बांग्लादेश व्यापार, भारत-श्रीलंका व्यापार, भारत-पाकिस्तान व्यापार, भारत-मालदीव व्यापार तथा भारत-भूटान व्यापार प्रवृत्तियों की भी समीक्षा की गयी है।

6.1 द्विपक्षीय एवं बहुपक्षीय व्यापारिक समझौते

प्रारम्भ में प्रतिष्ठित अर्थशास्त्री स्वतंत्र व्यापार^{*1} के पक्ष में थे। किन्तु बीसवीं शताब्दी की समयावधि में विश्व की स्वतंत्र व्यापारिक व्यवस्था का क्रमशः अन्त होने लगा तथा व्यापारिक समझौते प्रणाली^{*2} के माध्यम से अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार को सम्पादित करने हेतु प्राथमिकता प्रदान की जाने लगी। व्यापारिक समझौते दो प्रकार के होते हैं—

(1) द्विपक्षीय एवं (2) बहुपक्षीय, ऐतिहासिक दृष्टिकोण से बहुपक्षीय व्यापारिक प्रणाली का चलन यद्यपि प्राचीनकाल से ही है किन्तु द्विपक्षीय व्यापारिक प्रणाली का इतिहास नवीन है।

(1) द्विपक्षीय व्यापारिक समझौते

द्विपक्षीय व्यापारिक समझौते वे हैं जो दो देशों व व्यक्तियों या फर्मों के बीच वस्तुओं के सीधे विनिमय के लिए किये जाते हैं, जिसमें भुगतान करने की आवश्यकता नहीं होती। इस समझौते के अन्तर्गत लेन-देन वस्तुओं के आधार पर होता है। उदाहरण के लिए भारत-अमेरिका व्यापारिक समझौता, भारत-रूस व्यापारिक समझौता आदि। इस प्रकार के समझौते अल्पकालीन अवधि के किये जाते हैं, अल्पकाल से यहाँ आशय एक वर्ष या उससे कम अवधि का है। व्यापारिक समझौते की अवधि समाप्त होने पर इन्हें बढ़ा दिया जाता है अथवा उनके स्थान पर नया समझौता कर लिया जाता है। वास्तव में द्विपक्षीय व्यापार समझौते के अन्तर्गत एक देश दूसरे देश से एक निर्धारित मात्रा में विदेशी व्यापार सम्बन्ध बनाये रखते हैं।

विशेषतायें

द्विपक्षीय व्यापारिक समझौते की निम्नलिखित मुख्य विशेषतायें हैं—

1. द्वितीय युद्ध से पूर्व इस प्रकार के व्यापारिक समझौते ज्यादातर व्यक्तिगत आधार पर निर्यात व आयात करने वालों के बीच होते थे किन्तु युद्धोत्तर काल में ये सरकारी स्तर पर होने लगे हैं।
2. ये व्यापारिक समझौते अधिकांशतः एक वर्ष की अवधि अथवा इससे कम अवधि के लिये ही किये जाते हैं, किन्हीं विशेष स्थितियों में इन समझौतों की अवधि पाँच वर्ष भी हो सकती है।

*1 Free Trade

*2. Trade Agreements System

- 3 इस प्रकार के व्यापारिक समझौते के साथ आयात-निर्यात वस्तुओं की सूचिया लगी रहती है और सबधित देश प्रत्येक वस्तु की मात्रा और मूल्य भी निश्चित कर लेते हैं।
- 4 ये समझौते वस्तुओं के सीधे विनिमय के लिए किये जाते हैं, जिसमें भुगतान करने की आवश्यकता नहीं होती। अन्य शब्दों में विदेशी विनिमय का न्यूनतम उपयोग करने के विचार से दोनों राष्ट्र अपने-अपने केन्द्रीय बैंक में समाशोधन खाते खोलते हैं और अवधि समाप्त होने पर व्यापारिक अन्तर का भुगतान मुद्रा या अपरिवर्तनीय मुद्रा में किया जाता है।
- 5 इस समझौते के अन्तर्गत लेन-देन वस्तुओं के सीधे विनिमय के आधार पर होता है।
- 6 इस समझौते के अन्तर्गत दो राष्ट्र एक-दूसरे को अधिकतम व्यापारिक सुविधाएँ देने के लिए सहमत हो जाते हैं।

उद्देश्य

द्विपक्षीय व्यापारिक समझौते के मुख्य उद्देश्य निम्नलिखित हैं—

- 1 द्विपक्षीय समझौते के अन्तर्गत दोनों देश भुगतान सम्बन्धी समस्याओं का सामाधान अपने देश के केन्द्रीय बैंक में भुगतान खाते खोलकर कर सकते हैं।
- 2 इन समझौते के अन्तर्गत दोनों देश अपनी आन्तरिक आवश्यकताओं के अनुसार समझौते स्थापित करते हैं, अतः दोनों देश लाभान्वित होते हैं।
- 3 देश में उपलब्ध विदेशी मुद्रा कोष का उपयोग इन समझौतों की सहायता से अधिक मितव्ययितापूर्ण रीति से किया जाना सम्भव हो सकता है तथा इन कोषों का उपयोग अधिक अनिवार्य वस्तुओं को क्रय करने हेतु किया जा सकता है।
- 4 यदि किसी देश में वस्तुएँ आवश्यकता से कम हैं या इन वस्तुओं का उत्पादन नहीं होता है तो ऐसी वस्तुओं को किसी ऐसे देश से प्राप्त करना जिससे सस्ते से सस्ते मूल्य पर प्राप्त हो जाएँ।
- 5 विनिमय दर में स्थायित्व प्रदान करने में भी ये समझौते पर्याप्त सहायक सिद्ध होते हैं।

- 6 जिन देशों के व्यापार पर सरकार का अधिकार या नियन्त्रण है, उनसे व्यापारिक सुविधाएँ प्राप्त करना।
- 7 देश से नवीन उत्पादनों के विक्रय हेतु बाजार बनाने तथा पहले से ही निर्यात की जा रही वस्तुओं के लिए नये बाजार उपलब्ध कराने के उद्देश्य से भी ये समझौते सम्पन्न किये जाते हैं।
- 8 आयात एवं निर्यात की जाने वाली वस्तुओं की सूची निश्चित करने, वस्तु की मात्रा एवं मूल्य निश्चित करने के उद्देश्य से भी दो देशों के मध्य द्विपक्षीय व्यापार समझौते सम्पन्न किये जाते हैं।
- 9 पूँजी के अनावश्यक एवं एकाएक आवागमन से देश के भुगतान सन्तुलन में उत्पन्न उच्चावचनों को नियन्त्रित करने के लिए भी द्विपक्षीय समझौते प्रणाली का उपयोग किया जाता है।

प्रकार:—द्विपक्षीय— व्यापारिक समझौते, के दो प्रमुख प्रकार निम्नलिखित हैं—

(1) निकासी समझौते, तथा (2) क्षतिपूर्ति समझौते।

(1) निकासी समझौते— द्विपक्षीय निकासी समझौते^{*1} का जन्म विनिमय-नियन्त्रण देशों के मध्य व्यापार विनिमय नियन्त्रित देशों में आपस में स्वयं व्यापार करने की इच्छा से उदय हुआ। इसके अन्तर्गत प्रत्येक देश के आयातकर्ता अपने भुगतान, देश की चलन मुद्रा में केन्द्रीय बैंक के विशिष्ट खाते में या देश के निकासी कार्यालय में जमा कर देते हैं तथा उसी देश के निर्यातकर्ता उसी खाते से भुगतान प्राप्त करते हैं। यदि व्यापार शेष असन्तुलित हैं तो लेनदार देश के निर्यातकर्ताओं को उस समय तक प्रतीक्षा करनी पड़ती है जब तक कि आयातक खाते में पर्याप्त देशी चलन मुद्रा एकत्रित नहीं हो जाती। केन्द्रीय बैंक कभी-कभी स्वतः निर्यातकर्ताओं को साख प्रदान करता है, जिससे वह अस्थायी निर्यात को आयात से जमा कर ले। इस प्रकार स्पष्ट है कि निकासी समझौते में विदेशी मुद्रा का महत्त्व लगभग समाप्त हो जाता है। इस व्यवस्था में एक देश आयात उसी देश से कर सकता है जिस देश से निर्यात व्यापार किया जा रहा हो।

^{*1} Bilateral Clearing Agreement

(2) क्षतिपूर्ति समझौते: यह एक प्रकार का वस्तु विनिमय समझौता*¹ है। इसके अन्तर्गत एक देश दूसरे देश को उतनी ही मात्रा एवं मूल्य की वस्तुएँ एवं सेवाएँ निर्यात करता है जितना कि वह बदले में सम्बन्धित देश से आयात करता है। इस प्रकार आयात-निर्यात का भुगतान कर देते हैं तथा दोनों देशों का भुगतान स्वतः ही सन्तुलित हो जाता है। अतः क्षतिपूर्ति समझौते*² के अनुसार एक निर्यातक देश को आयातक देश तथा आयातक देश को निर्यातक भी होना चाहिए।

भारत एवं द्विपक्षीय व्यापारिक समझौते

सन् 1929 की घोर आर्थिक मन्दी एवं विश्व की परिवर्तनशील राजनैतिक दशाओं में देश को विदेशी व्यापार हेतु द्विपक्षीय समझौता प्रणाली की सहायता लेना लगभग अनिवार्य हो गया। सन् 1932 में ब्रिटिश साम्राज्य देशों के मध्य एक ओटावा समझौता किया गया। इन समझौतों में भारत भी शामिल था। समझौतों के परिणामस्वरूप भारत के ब्रिटेन के साथ व्यापार में अनुकूल परिवर्तन दृष्टिगत हुए। सन् 1934 एवं 1937 में भारत एवं जापान के मध्य समझौते सम्पादित किये गये। इन समझौतों से भी जापान एवं भारत के मध्य अनुकूल व्यापार संवर्द्धन सम्भव हुआ।

इसी प्रकार स्वतन्त्रता प्राप्ति के पश्चात् भारत ने घनिष्ट व्यापारिक सम्बन्ध स्थापित करने के लिए अनेक देशों के साथ समय-समय पर द्विपक्षीय समझौते किए हैं जैसे—पश्चिमी जर्मनी, रूस, फ्रांस, नार्वे, ईराक, ईरान, पोलैण्ड, हंगरी, फिनलैण्ड, मिश्र, सूडान, आस्ट्रिया, चेकोस्लोवाकिया, तुर्की, मोरक्को, ट्यूनीशिया, बांग्लादेश, मारीशस, पाकिस्तान, नेपाल कोरिया, वर्मा, बुल्गारिया, कुवैत, यूगोस्लाविया, अफगानिस्तान आदि।

इसी प्रकार 1978 के लिए भारत ने पूर्वी यूरोप के उन सभी छह देशों के साथ वार्षिक व्यापार समझौते किए जिनसे 1977-78 में भारत का दोतरफा संतुलित व्यापार होता रहा था।

भारत ने ये द्विपक्षीय व्यापारिक समझौते कई कारणों से किये जैसे—

1. विदेशी व्यापार में व्याप्त प्रतिकूल स्थिति,
2. विभिन्न देशों से भुगतान असन्तुलन की समस्या,

*1. Baster Agreement

*2. Compensation Agreements

- 3 देश में आर्थिक विकास हेतु उपयुक्त वातावरण उत्पन्न करने के लिए,
- 4 नवीन वस्तुओं को विदेशी व्यापार में स्थान प्रदान करने के लिए,
- 5 विभिन्न देशों से अनुकूल सम्बन्ध बनाने के लिए, तथा
- 6 युद्ध के कारण उत्पन्न प्रतिकूल स्थितियों का सामना करने के लिए।

भारत को द्विपक्षीय समझौते की नीति अपनाने से निम्नलिखित लाभ प्राप्त हुए हैं—

- 1 द्विपक्षीय समझौते के कारण भारत अनेक देशों से नए सम्बन्ध स्थापित कर सका है जिसके कारण अनुकूल व्यापार संवर्द्धन सम्भव हुआ।
- 2 इन समझौतों के कारण भारत को अपने नए माल और नई वस्तुओं के निर्यात का अवसर प्राप्त हुआ।
- 3 देश के विदेशी व्यापार को अनुकूल दिशा प्रदान करने में महत्वपूर्ण सहयोग प्राप्त हुआ।
- 4 इस प्रकार के समझौतों के कारण भारत ने अनेक देशों के साथ रुपये खाते खोलकर अपनी भुगतान सम्बन्धी कठिनाइयों को कम किया है।
- 5 इन समझौतों के अन्तर्गत भारत ने अनेक देशों को व्यापारिक छूट दी है और इसके बदले में अनेक देशों से व्यापारिक छूट प्राप्त की है।

बहुपक्षीय व्यापारिक समझौतें

बहुपक्षीय व्यापारिक समझौते^{*1} से आशय उन समझौतों से है जो कि अनेक राष्ट्रों के मध्य अन्तर्राष्ट्रीय आधार पर एक साथ मध्य दीर्घकालीन अवधि के लिए किये जाते हैं। इन समझौतों की अवधि 10 वर्ष, 20 वर्ष या इससे भी अधिक होती है। उदाहरण के लिए व्यापार एवं प्रशुल्क-विषयक सामान्य समझौता^{*2} बहुपक्षीय व्यापारिक समझौता है। बहुपक्षीय समझौता का क्षेत्र अत्यन्त व्यापक है तथा इनमें पर्याप्त स्थायित्वता की दशाएँ भी विद्यमान होती हैं। विश्व शान्ति एवं आर्थिक उन्नति के दृष्टिकोण से इन समझौतों का विशेष महत्व है। अन्तर्राष्ट्रीय

*1 Multilateral Trade Agreements

*2. GATT

व्यापार में आने वाली विभिन्न बाधाओं, समस्याओं, प्रतिबन्धों, करों आदि बाधक तत्त्वों को बहुपक्षीय समझौते के माध्यम से विमुक्त किया जा सकता है। इस प्रकार अन्तर्राष्ट्रीय शांति और आर्थिक प्रगति के लिए द्विपक्षीय व्यापार समझौते की अपेक्षा बहुपक्षीय व्यापार प्रणाली को अपनाना अधिक उपयुक्त माना जाता है।

विशेषताएँ

बहुपक्षीय व्यापारिक समझौते की निम्नलिखित मुख्य विशेषताएँ हैं।

1. इस प्रकार के समझौते में अनेक राष्ट्र सम्मिलित होते हैं अतः अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार सम्बन्धी समस्याओं का निवारण सुगम हो जाता है।
2. इस प्रकार के समझौते दीर्घकालीन होते हैं जिससे विदेशी व्यापार की स्थायी नीति का निर्माण सम्भव हो जाता है।
3. इन समझौतों के माध्यम से अन्तर्राष्ट्रीय श्रम-विभाजन एवं विशिष्टीकरण का अधिकतम लाभ सम्भव है।
4. इस प्रकार के समझौते से जहाँ एक ओर देश का औद्योगिक एवं आर्थिक विकास होता है वहीं दूसरी ओर विश्व के विभिन्न राष्ट्रों के मध्य सहयोग एवं सद्भाव की भावना का विकास होता है।
5. इन समझौतों का क्षेत्र विस्तृत होने के कारण अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार का अधिकतम विकास सम्भव हो जाता है।

उद्देश्य

1. विभिन्न राष्ट्रों का समान औद्योगिक एवं आर्थिक विकास करना जिससे विभिन्न जातियों का जीवन स्तर ऊँचा हो सकें।
2. अर्द्ध विकसित या अविकसित देशों में विकसित देशों द्वारा पूँजी का विनियोग करना।

बहुपक्षीय समझौतों के लाभ

बहुपक्षीय व्यापारिक समझौते से प्रमुखतः निम्नलिखित लाभ प्राप्त होते हैं—

1. बहुपक्षीय व्यापारिक प्रणाली एक ऐसी विश्व बाजार व्यवस्था को जन्म देती है जिसमें विभिन्न राष्ट्रीय अर्थव्यवस्था एक दूसरे के निकट आ जाती है।
2. बहुपक्षीय समझौतों के माध्यम से अन्तर्राष्ट्रीय श्रम विभाजन एवं विशिष्टीकरण का अधिकतम मात्रा में लाभ प्राप्त किया जा सकता है।
3. इस प्रणाली के अन्तर्गत अन्तर्राष्ट्रीय बाजार में स्वतन्त्र प्रतिस्पर्धा की विद्यमानता के कारण लागत स्तर में विभिन्न देशों के मध्य लगभग समानता होती है। परिणामतः उत्पादकों के लिए उपभोक्ता का शोषण करने का वातावरण उपलब्ध नहीं हो पाता।
4. बहुपक्षीय समझौतों में दृश्य एवं अदृश्य दोनों प्रकार के मदों को समान महत्व प्रदान किया जाता है। इसमें स्थानान्तरण व्यापार को सम्मिलित करने का प्रावधान भी होता है।
5. बहुपक्षीय समझौतों के माध्यम से विभिन्न देशों के मध्य परस्पर सहयोग एवं अनुरूप भावना उत्पन्न होती है।
6. इन समझौतों के माध्यम से अविकसित एवं अर्द्ध विकसित देशों द्वारा अपने औद्योगिक विकास हेतु आवश्यक साधन प्राप्त किये जा सकते हैं।
7. किसी भी देश के पक्ष या विपक्ष में वस्तु की कीमत गुण या मात्रा की दृष्टि से नीति अपनायी जा सकती है।
8. बहुपक्षीय समझौतों के अन्तर्गत शोषण का कोई क्षेत्र नहीं है जबकि द्विपक्षीय समझौतों में आर्थिक दृष्टि से शक्तिशाली राष्ट्र निर्बल राष्ट्रों का शोषण, अपनी क्रय-विक्रय नीतियों द्वारा करते हैं।
9. बहुपक्षीय समझौतों में देश को सस्ते बाजार में वस्तुएँ खरीदने व महंगे बाजार में बेचने की स्वतन्त्रता होती है किन्तु यह स्वतन्त्रता द्विपक्षीय समझौतों में नहीं होती है।
10. विश्व व्यापार को सम्वर्द्धित करने के लिए इन समझौतों का विशेष महत्त्व है।

- 11 बहुपक्षीय समझौते में एकरूपीय मूल्यांकन व्यवस्था के साथ-साथ सभी चलन मुद्राएँ एक ही आधार पर मूल्यांकित की जाती हैं, जिसके फलस्वरूप एक समान अन्तर्राष्ट्रीय मौद्रिक व्यवस्था की स्थापना की जा सकती है।

बहुपक्षीय व्यापारिक प्रणाली के उदाहरण—

बहुपक्षीय व्यापार प्रणाली हाल में विकास हुआ है। इस प्रणाली अन्तर्गत कुछ सदस्य देश अपने आपसी हितों के लिये एक छोटे समूह बना लेते हैं। जिसे क्षेत्रीय आर्थिक गुटबन्दी कहा जाता है। इस प्रकार के छोटे समूह बनाने का उद्देश्य एक प्राथमिकतायुक्त शुल्क सूची^{*1} के लिये बातचीत करना एवं समझौता करना है जिनसे उन सदस्य देशों के बीच व्यापार का विकास किया जा सके। इस प्रकार पक्षपातयुक्त दरे जो कि इन छोटे समूह के देशों द्वारा अपनायी जाती हैं, वे परम्परागत या अन्तर्राष्ट्रीय प्रशुल्क दरों^{*2} में कम होती हैं। इनका निर्धारण गैट की सीमा^{*3} के बाहर है।

क्षेत्रीय आर्थिक गुट

क्षेत्रीय आर्थिक गुटबन्दी के कई रूप हो सकते हैं, जिनमें निम्नलिखित विशेष उल्लेखनीय हैं:

(क) मुक्त व्यापार क्षेत्र^{*4}— इसका उद्देश्य सदस्य देशों के बीच से सीमा करो का अन्त करना है। गुट के बाहरी देशों के व्यापार में प्रबन्धक सदस्य देश स्वतन्त्र होता है और पृथक् नीति का परिपालन कर सकता है। यूरोपीय मुक्त व्यापार सघ^{*5} एवं लेटीन अमेरिकी मुक्त व्यापार क्षेत्र^{*6} इसके मुख्य उदाहरण हैं।

(ख) सीमा शुल्क संघ^{*7}— सीमा शुल्क सघ^{*7} में दो बातें महत्वपूर्ण हैं— (i) पारम्परिक व्यापार (सदस्य देशों में) में कोई सीमा शुल्क अथवा प्रतिबन्ध नहीं लगाते और विद्यमान सीमा शुल्क व प्रतिबन्ध समाप्त कर दिये जाते हैं। यह नीति विशेष रूप सदस्य देशों में उत्पन्न

*1. Preferential Tariff Rate

*2. Conventional Tariff Rates

*3. Purview of GATT

*4. Free Trade Area

*5. European Free Trade Association-EFTA

*6. Latin American Free Trade Association-LAFTA

*7. Customs Union

वस्तुओं के गमनागमन पर लागू होती है, (ii) सघ के बाहरी देशों के व्यापार पर सीमा-शुल्क बनाये जाते हैं किन्तु सभी सदस्यों की दरे समान होती है।

(ग) साझा बाजार— साझा बाजार^{*1} से तात्पर्य ऐसे क्षेत्र से है जिसके अन्तर्गत सदस्य देश सीमा-शुल्क सघ सिद्धांत अपनाकर पारस्परिक व्यापार में कोई सीमा-शुल्क अथवा रूकावट नहीं लगाते और सम्पूर्ण क्षेत्र एक राजनैतिक इकाई के समान मुक्त व्यापार क्षेत्र का लाभ उठाता है। यूरोपीय साझा बाजार^{*2} इसका आदर्श उदाहरण है।

(घ) आर्थिक संघ^{*3}— सबके लिए समान आर्थिक नीति इसका मूल लक्षण है। इसके अन्तर्गत मुक्त व्यापार, सीमा-शुल्क और साझा बाजार सहयोग के अतिरिक्त मौद्रिक साख व राजकोषीय नीति में भी सहयोग किया जाता है अर्थात् समान मौद्रिक नीति, सम्पन्न साख नीति एवं सरकारी व्यय व सरकारी कर नीतियाँ भी सदस्य देशों की समान होती हैं।

इससे छोटे समूह या गुट जिन्होंने प्राथमिकतायुक्त शुल्क-दर अपनायी है, उनमें महत्वपूर्ण हैं— आसियान, ओपेक, लैया, एफटा, सेपजल, हकावास, सिओ, एक्कास, साकु सार्क इत्यादि।

6.2 विश्व में क्षेत्रीय व्यापार गुटों का योगदान

विश्व मंच पर विदेशी व्यापार से मिलने वाले लाभ अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर क्षेत्रीय व्यापार के रूप में सिमट गया है। इस सन्दर्भ में निर्यात एवं आयात को विश्व व्यापार के प्रतिशत के रूप में 15 व्यापार-गुटों के मध्य तालिका 6.1 में प्रस्तुत किया गया है।

तालिका के विश्लेषण से यह ज्ञात होता है कि—

- 1 अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार में सर्वाधिक भागीदारी एशियाई प्रशान्त क्षेत्र (एपेक), यूरोपीय सघ, तथा उत्तरी अमेरिका मुक्त व्यापार क्षेत्र (नाफ्टा) का है।
- 2 एशिया महाद्वीप में क्षेत्रीय व्यापार सहयोग के जिन संगठनों को तालिका में सम्मिलित किया गया है उनके नाम हैं— सार्क^{*4} आशियान^{*5} और चीनी आर्थिक क्षेत्र^{*6}। ये क्षेत्र 1980 के बाद से आयात और निर्यात व्यापार में महत्वपूर्ण भूमिका का प्रदर्शन कर रहे हैं।

*1. Common Market

*2. European Common Market-ECM

*3. Economic Union

*4. Free Trade.

*5. South Asian Association of Regional Co-operation-'SAARC'

*6. Association of South East Asian Nations-'ASEAN'

- 3 अरवियन गल्फ को आपरेशन कौंसिल*¹ और ओपेक*² 1980 के बाद से आयात-निर्यात व्यापार में गिरावट प्रदर्शित करते हैं।
- 4 नाफ्टा*³ का 1992 के पश्चात विश्व में निर्यात व्यापार बढ़ा है जबकि आयात व्यापार घटा है।
- 5 लैटिन अमेरिकी ब्लाक के अन्तर्गत 'केन्द्रीय अमेरिकी साझा बाजार'*⁴ और लैटिन अमेरिकी सहयोग सगठन*⁵ 1980-95 में अपने आयात-निर्यात को स्थिर नहीं रख सके हैं जबकि 1995 में बढ़ने की प्रवृत्ति प्राप्त है।
- 6 यूरोपीय सघ*⁶ का निर्यात व्यापार 1992 तक बढ़ा है, इसके बाद घटने की प्रवृत्ति प्राप्त है जबकि 1987 तक आयात व्यापार घटा है और इसके पश्चात बढ़ने लगा है।
- 7 'यूरोपीय मुक्त बाजार व्यापार क्षेत्र'*⁷ का निर्यात और आयात का प्रतिशत 1987 से घटा है।
- 8 दक्षिणी अफ्रीकी कस्टम सघ*⁸ और पश्चिमी अफ्रीकी राज्यों का आर्थिक समुदाय*⁹ को छोड़कर अफ्रीकी ब्लाक के अन्तर्गत निराशावादी प्रवृत्ति देखने को मिलती है। अफ्रीकी देशों का आर्थिक समुदाय*¹⁰ और केन्द्रीय अफ्रीकी देशों का आर्थिक समुदाय*¹¹ में निर्यात और व्यापार के प्रतिशत में कमी आयी है।
9. पश्चिमी अफ्रीकी राज्यों का आर्थिक समुदाय का बेहतर प्रदर्शन केवल 1995 में है जबकि 1980 से 1995 के बीच दक्षिणी अफ्रीकी कस्टम सघ का निर्यात-आयात व्यापार कभी घटा है तो कभी बढ़ा है।

*1. Chinese Economic Area-'CEA'

*2. Arabian Gulf Co-operation Council.-'AGCC'

*3. Organisation of Petroleum Exporting Countries-'OPEC'

*4. North American Free Trade Area-'NFTA'

*5. Central American common Market-'CACM'

*6. Latin American Integration Association- LAIA

*7. European Union-EU (U.K. Germany, France, Denmark, Spain, Portugal, Greece, Luxembourg, Italy, Netherland, Belgium Ireland, Australia, Norway, Finland.)

*8. European Free Trade Area-EFTA-(Sweden, Switzerland, Iceland, Australia, Norway, Finland, Liechtenstein)

*9. South African Customs Union-'SACU'

*10. Economic Community of West African States-ECOWAS.

*11. Community Economiquede I-Afriquede I

तालिका 6.1
विश्व में क्षेत्रीय व्यापारिक गुटों का योगदान

गुट	1980		1987		1992		1995		1999	
	निर्यात	आयात	निर्यात	आयात	निर्यात	आयात	निर्यात	आयात	निर्यात	आयात
एपेक	30 633	33 340	34 42	36 70	32 17	33 79	46 140	44 663	46.24	44 363
सार्क	0 656	1 244	0 80	1 21	0 88	1 01	0 895	1 125	0 910	1 134
एसियान	4 309	3 784	3 38	3 20	5 03	5 11	8 357	6 524	8 383	6 542
सी इ ए	2 879	3 058	5 80	5 09	5 49	7 23	8 438	8 112	8 834	8 210
ए सी सी सी	7 575	2 328	1 98	1 40	1 83	1 30	1 774	1 543	1 474	1 453
ओपेक	—	—	704	6.20	3.24	2 75	—	—	—	—
नाफ्टा	14 435	16 723	15 36	21.29	16.21	19 01	16 647	19.225	16 460	19 528
लैया	3 605	3 679	3 14	2.24	2.89	2 90	3 680	3 580	3 860	3 845
सी ए सी एन	0.237	3 679	0 167	0.227	0.225	0.211	0 142	0.220	0.220	0.230
यूरोपीयसघ	34 494	38 129	39 78	31 97	40 66	40 15	38 098	35 639	37 890	34 839
एफ्टा	6.238	6.245	6 62	6 70	6.28	5 71	5 521	4 908	5.251	4 890
सेपजल	0 010	0 032	0 075	0 068	0	0	0 004	0 012	0 004	0 011
इकावास	1 725	1 307	0 626	0 63	0 591	0.485	0 392	0 345	0 399	0 354
सिओ	0.239	0.297	0.209	0.226	0.232	0.234	0 110	0 116	0.101	0 112
एक्कास	0.235	0.165	0.243	0.220	0 156	0.126	0.142	0.084	0.134	0 083
साकु	0 130	0 023	0 839	0 590	0 66	0 519	0 612	0 672	0 611	0 666

स्रोत: वर्ल्ड डेवलेपमेंट रिपोर्ट, 1992, 1997, 2000-2001 के आधार पर परिकलित

10 विश्व व्यापार में यूरोपीय सघ, नाफ्टा, चीनी आर्थिक क्षेत्र, और आसियान व्यापार के महत्त्वपूर्ण गुटो (ब्लॉक) में आते हैं।

‘नाफ्टा’^{*1}, आसियान^{*2}, यूरोपीय सघ, पश्चिमी-अफ्रीकी राज्यों का आर्थिक समुदाय^{*3} और केन्द्रीय अफ्रीकी देशों का आर्थिक समुदाय^{*4} नामक क्षेत्रीय व्यापार खण्डों में अन्तर्क्षेत्रीय व्यापार का प्रतिशत 1980 के बाद तेजी से बढ़ा है, किन्तु केन्द्रीय अमेरिकी साझा बाजार^{*5} लैटिन अमेरिकी सहयोग सगठन^{*6} और अफ्रीकी देशों का आर्थिक समुदाय^{*7} में व्यापार का प्रदर्शन निराशापूर्ण है। इन व्यापार क्षेत्रों में ‘सार्क’ क्षेत्र की व्यापार-प्रवृत्ति वर्द्धमान है किन्तु इसमें तीव्रता का अभाव है।

6.3 सार्क की स्थिति

विश्व स्तर पर विदेश व्यापार में क्षेत्रीय गुटों की भागीदारी के जो लाभ मिले हैं उनमें मुख्य हैं— अपने ही क्षेत्र में निर्मित वस्तुओं के लिए विस्तृत बाजार तथा वस्तुओं की उचित कीमतें प्राप्त होना। इन क्षेत्रीय गुटों में एपेक, यूरोपीय सघ, नाफ्टा की भागीदारी अत्यन्त महत्त्वपूर्ण है। किन्तु इससे अन्य गुटों की भागीदारी को नजर अंदाज नहीं किया जा सकता। हाल के वर्षों में एशियाई क्षेत्र में निम्न गुट उभर कर सामने आये हैं—

1. नयी औद्योगिक अर्थव्यवस्थाएं

इस गुट के अन्तर्गत हांगकांग, चीन, कोरिया, गणराज्य, सिंगापुर एवं टैपी देश आते हैं।

2. केन्द्रीय एशियाई गणराज्य

इस गुट में कजकिस्तान, खिर्गिज गणराज्य, ताजिकिस्तान एवं उजबेकिस्तान देश आते हैं।

*1. North American Free Trade Area.-NAFTA (U.S.A., Canada, Mexico)

*2. Association of South East Asian Nations.-ASEAN.

(Singapore, Malaysia, Indonesia, Thailand, Philippines, Brunei, Vietnam 1996)

*3. Economic Community of West African States.-ECOWAS.

(Capeverde, Niger, Senegal, Gambia, Mauritania, Mali, Guinea, Guinea Bissau, Sierra Leone, Liberia, Burkina Faso, Cote d'Ivoire, Benin, Togo, Ghana, Nigeria.)

*4. Economic Community of Central African States-'ECCAS'.

*5. Central American Common Market-CACM.

*6. Latin American Integration Association-'LILA'

*7. Community économique de l'Afrique de l'Ouest.-'CSAO'

(Senegal, Mauritania, Mali, Cote d'Ivoire, Burkina Faso, Benin, Niger)

3. एशियाई प्रशान्त क्षेत्र

इस गुट में फिजी द्वीप समूह, जेनेवा, कोक द्वीप समूह, किरिबती, मार्शल द्वीप समूह, माइक्रोनेशिया के सघीय राज्य, नारो, समोआ, सोलोमन द्वीप समूह, टागा, टुबालू एवं वानुआटु देश आते हैं।

4. दक्षिण-पूर्व एशिया

इस गुट में कम्बोडिया, इंडोनेशिया, मलेशिया, म्यांमार, फिलीपींस, थाईलैंड, वियतनाम एवं लाव पीपुल्स डेमोक्रेटिक रिपब्लिक देश आते हैं।

5. दक्षिण एशिया

इस क्षेत्र के गुट का नाम है— दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग संगठन (सार्क अथवा दक्षेस)।

दक्षिण एशियाई सार्क के सदस्य देश अल्पविकसित अर्थव्यवस्था वाले देश हैं। सार्क क्षेत्र में सम्पूर्ण विश्व की 21 प्रतिशत जनसंख्या निवास करती है किन्तु इस क्षेत्र में सम्पूर्ण भूमण्डल का 35 प्रतिशत भाग है तथा विश्व के सम्पूर्ण उत्पादन में इस क्षेत्र की भागीदारी 13 प्रतिशत है।

2 सार्क क्षेत्र का निर्यात एवं आयात व्यापार कुल अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार का लगभग एक प्रतिशत है। यह तालिका 61 से सुस्पष्ट है। इसका प्रमुख कारण विश्व की लगभग आधी निर्धन जनसंख्या का सार्क देशों में निवास करना। निर्धनता (अथवा गरीबी) सार्क क्षेत्र के पिछड़ेपन का मुख्य कारण है।

3 श्रीलंका तथा मालदीव द्वीप समूहों को छोड़कर अन्य सभी सार्क देश अल्प आय वाली अर्थव्यवस्थाएं हैं।¹ दक्षिण एशियाई सार्क क्षेत्र में प्रतिदिन एक डालर से भी कम आय कमाने वाली जनसंख्या का प्रतिशत 43.5 है जो अन्य अल्पविकसित क्षेत्र की तुलना में सर्वाधिक है।²

सार्क देशों में वस्तुओं का व्यापार

सार्क क्षेत्र का निर्यात एवं आयात—व्यापार कुल अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार का लगभग एक प्रतिशत है। विदेशी व्यापार में भागीदारी का यह प्रतिशत दक्षिण अफ्रीकी कस्टमसघ (साकु), केन्द्रीय अफ्रीकी देशों का आर्थिक समुदाय (एक्कास), अफ्रीकी देशों का आर्थिक समुदाय (सीओ),

पश्चिमी अफ्रीकी राज्यों का आर्थिक समुदाय (इकोवास), केन्द्रीय अमेरिकी साझा बाजार (सी ए सी एम) जैसे क्षेत्रीय व्यापारिक गुटों से अधिक है। यह निष्कर्ष हमें तालिका 6.1 से प्राप्त है। जिसमें निर्यात और आयात व्यापार को विश्व के प्रतिशत के रूप में 15 व्यापारिक गुटों के लिए प्रस्तुत किया गया है।

सार्क देशों का प्रति व्यक्ति निर्यात^{*1} निष्पादन वर्ल्ड डेवलपमेंट रिपोर्ट 2000-2001 के अनुसार इस प्रकार रहा है— नेपाल-56 डालर, बांगलादेश 40 डालर भारत 45 डालर पाकिस्तान 75 डालर, श्रीलंका 290 डालर और मालदीव 173 डालर। राघवन (1995) द्वारा प्रस्तुत अध्ययन के आधार पर हमें यह भी पता चलता है कि वे देश जिनकी जनसंख्या अधिक है, प्रति व्यक्ति निर्यात निष्पादन की दृष्टि से पिछड़े हुए हैं, दूसरे शब्दों में सकल घरेलू उत्पादन के अधिक होते हुए भी ऐसे देश जिनकी जनसंख्या अधिक है उनका प्रति व्यक्ति निष्पादन कम है। भारत को इसका उदाहरण कहा जा सकता है।

अक्टूबर 2000 से प्राप्त सार्क देशों के निर्यात संरचना से हमें निम्नलिखित तथ्य प्राप्त होते हैं—

1. भारत, पाकिस्तान, बांगलादेश, श्रीलंका एवं नेपाल देशों द्वारा विश्व में निर्यात की जाने वाली मुख्य वस्तुएँ हैं— मीट, मछली, चावल, ताजी सब्जियाँ, ताजे एवं सूखे मेवे, चीनी, काफी, चाय, पुष्ठाहार, प्राकृतिक रबर, कपास, जूट, लोहा एवं धातुएँ, खाद्यतेल, उर्वरक, चमड़ा, टेक्सटाइल धागे, कपास एवं मनुष्य निर्मित फाइबर, टेक्सटाइल, वस्तुएँ, मोती एवं बहुमूल्य पत्थर, आयरन स्टील प्लेट, एवं चदरे, इंजन, विद्युत उपकरण, सिले-सिलाये वस्त्र आदि।
2. भारत का निर्यात व्यापार में वर्चस्व है और कुछ वस्तुओं को छोड़कर लगभग सभी वस्तुओं का निर्यात करता है, जो तालिका 6.4 से सुस्पष्ट है।
3. भारत की निर्यात वस्तुओं में सर्वाधिक महत्त्व की वस्तुएँ हैं— चाय 22.33%, मोती एवं बहुमूल्य पत्थर 11.45%, जूट 8.8%, कच्चा लोहा 7.27%, चावल 6.74% तथा चमड़ा 6.01% आदि।

*1 प्रति व्यक्ति निर्यात = सकल निर्यात/जनसंख्या

- 4 सार्क क्षेत्र का योगदान कुल विश्व निर्यात में जूट, चाय, तथा चावल की दृष्टि से सर्वाधिक महत्त्व का है।
- 5 कुल विश्व निर्यात में सभी विकासशील देशों का निर्यात प्रतिशत देखने से पता चलता है कि जूट, चाय, प्राकृतिक रबर, काफी, चीनी, आदि वस्तुओं का निर्यात प्रतिशत सर्वाधिक महत्त्व का है।

तालिका 6.4 निर्यात की वस्तुएं : सार्क देश, 1999-2000

क्रम स	वस्तु	निर्यातक देश
1	चावल	भारत, पाकिस्तान
2	कपास	भारत, पाकिस्तान
3	जूट	बांगलादेश, भारत, नेपाल
4	फल और सुपारी	भारत, पाकिस्तान, श्रीलंका
5	मास	बांगलादेश, भारत
6	शेर मछली	बांगलादेश, भारत, पाकिस्तान
7	चाय	बांगलादेश, भारत, श्रीलंका
8	चमड़ा	बांगलादेश, भारत, पाकिस्तान
9	टेक्सटाइल धागा	बांगलादेश, भारत, पाकिस्तान
10	कपास फैब्रिक	भारत, पाकिस्तान
11	मनुष्य निर्मित फैब्रिक	भारत, पाकिस्तान
12.	टेक्सटाइल वस्तुएं	बांगलादेश, भारत, पाकिस्तान, श्रीलंका
13	मोती एवं कीमती पत्थर	भारत, श्रीलंका
14	पुरुषों के सिले वस्त्र	बांगलादेश, भारत, पाकिस्तान, श्रीलंका
15	स्त्रियों के सिले वस्त्र	बांगलादेश, भारत, पाकिस्तान, श्रीलंका
16	अन्तः वस्त्र	बांगलादेश, भारत, नेपाल, पाकिस्तान, श्रीलंका
17	सिले, वस्त्र, बाह्य उपयोग	भारत, पाकिस्तान, श्रीलंका
18	सिले वस्त्र, अन्तः उपयोग	बांगला देश, भारत, पाकिस्तान, श्रीलंका
19.	हेडगीयर (गैरटेक्सटाइल)	भारत, पाकिस्तान

भारत का सार्क देशों को निर्यात

भारत द्वारा सार्क देशों को जिन प्रमुख वस्तुओं का निर्यात किया जाता है वे इस प्रकार हैं— सूखी एवं तली मछलियां, काफी (साधारण एवं विशिष्ट), आम, साफ्ट ड्रिंक कास्ट्रेट, तम्बाकू, सिल्क की वस्तुएं, टेक्सटाइल धागा, काटन फैब्रिक्स, सिन्थेटिक एवं रियोन टेक्सटाइल, गन्ना, सीमेण्ट, गैस, हैण्डलूम वस्तुएं, आटोमोबाइल टायर एवं ट्यूब, पैकिंग के लिए प्लास्टिक की वस्तुएं, औषधियाँ ड्रग्स एवं फार्मसी की वस्तुएं, अकार्बनिक एवं कार्बनिक रसायन, औद्योगिक एवं चिकित्सीय गैसों, धातु के समान (स्टील ट्यूब आदि) धातु के मशीनी उपकरण, कच्चा लोहा, पाइप, सेनीटरी, फिटिंग सिमलेस ट्यूब, आयरन एवं स्टील की चादरे, फैब्रिक्स वस्तुएं औद्योगिक उपकरण, किचन उपकरण, टीन प्लेट, रेल पटरी की वस्तुएं एल्युमीनियम कम्ब्यूसन इंजन, पीस्टन, पम्प कम्प्रेशर, कृषि योग्य मशीनरी, वैज्ञानिक उपकरण सिविल इंजीनियरिंग उपकरण, टेक्सटाइल मशीनरी, इलेक्ट्रानिक मशीनरी, धरेलू इलेक्ट्रिकल उपकरण, व्यावसायिक वाहन, यात्री वाहन, दो एवं तीन पहिए की गाड़ियाँ, मोटर साइकिल, एवं उसके पार्ट , कार्यालय उपकरण, दूरसंचार के उपकरण, मछली पकड़ने के उपकरण, क्वायर धागे एवं अन्य उत्पाद, चाय, रेडी का तेल, भवन निर्माण की वस्तुएं, ज्वलनशील एवं शमनकारी वस्तुएं, हाथ के उपकरण, लाम स्टेपिल काटन, रंग और रंगाई के अन्य उपकरण, कृषि रसायन, रबर की वस्तुएं, प्रेशर कुकर , ड्राइंग मशीन, मशीन के उपकरण वाष्प वाइलर और उसके पुर्जे, छोटे स्टील के उत्पादन, विशिष्ट स्टील, शक्ति सम्बर्द्धन एवं वितरण के उपकरण, तेल शोधन के उपकरण, पेपर मशीनरी, रेलवे लोकोमोटिव एवं उपकरण, पशुओं की दवाएं आदि।

सार्क देशों से भारत का आयात

भारत द्वारा 'सार्क' देशों से निम्नलिखित वस्तुएं आयात की जाती हैं— प्राकृतिक रबर, चाय, कोक, गोद, कोपरा, सोलक्रेप, लांग प्राकृतिक ग्रेफाइट, मशाले, कोकोनट आयल, पिपली, ग्लिसरीन, दाले सूखी सब्जियाँ एवं फल, स्क्रीप टायर एवं रबर, आटोमोटिव उपकरण, राहाइट्स एवं स्कीन्स, क्वायर उत्पाद, मेराइन उत्पाद, इलेक्ट्रड्स, लुब्रीकेण्ट्स, अशोधित ऊन, कारपेट काटन, फैब्रिक्स, चावल, नमक, खाद्य तेल, नेप्था, जिप्सम, ओनिक, औद्योगिक एल्कोहल, फास्फेट, ग्रेनाइटराक्स, पिग आयरन, आयरन स्क्रीप सल्फर, अनरोस्टेड आयरन, पाइराइट्स, कार्बन, खाद्यतेल, रसायन, जड़ी बूटियां यूनानी चिकित्सीय वस्तुएं, कृत्रिम रेजिन एवं प्लास्टिक

तालिका 6.5

वस्तुओं एवं सेवाओं का निर्यात व्यापार: सार्क देश 2000 से पूर्व

देश	जीडीपी0 1998	निर्यात मिलियन में			सकल घरेलू उत्पाद के % के रूप में	वस्तुओं का निर्यात वृद्धि दर % में	निर्यात मिलियन में			सकल घरेलू उत्पाद के % के रूप में	सेवाओं का निर्यात वृद्धि दर % में	सेवा वस्तु निर्यात अनुपात	श्रम शक्ति	
		वस्तुएँ					सेवाएँ						कुल	वृद्धि दर % में 90-99
		1980	1990	1998			1983	1990	1998					
बांगलादेश	42775	740	1671	3831	8956	4.18	164	296	252	0.589	0.5	6.58	66	30
भारत	383429	7511	17975	33626	8769	3.48	3167	4609	11067	2.886	2.49	32.91	439	23
नेपाल	4479	94	210	414	9243	3.40	107	166	433	9.667	3.05	104.58	11	24
पाकिस्तान	63895	2588	5589	8594	13450	2.32	668	1240	1473	2.305	1.21	17.14	50	28
श्रीलंका	15093	1043	1983	4735	31372	3.54	282	425	888	3.233	2.15	18.75	8	20
भूटान	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
मालदीव	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

स्रोत : वर्ल्ड डेवलपमेंट रिपोर्ट- 1998-99, 1999-2000, 2000-2001 के आधार पर परिकल्पित

तालिका 6.6

वस्तुओं एवं सेवाओं का आयात व्यापार: सार्क देश, 2000 से पूर्व

देश	सकल घरेलू उत्पादन	आयात मिलियन में			सकल घरेलू उत्पाद के % के रूप में	वस्तुओं का आयात वृद्धि दर % में	आयात मिलियन में			सकल घरेलू उत्पाद के % के रूप में	सेवाओं का आयात वृद्धि दर % में	सेवा वस्तु आयात अनुपात	श्रम शक्ति	
		1998	1980	1990			1998	वस्तुएँ	सेवाएँ				कुल	वृद्धि दर % में 90-99
बांगलादेश	42775	1980	3598	6974	16301	25	2165	554	1180	2758	(-) 0.45	16.9	66	30
भारत	383429	13819	23642	42742	11147	21	14061	5943	14196	3702	0.01	32.21	439	23
नेपाल	4479	226	686	1245	27796	45	464	159	189	4219	(-) 0.59	15.18	11	24
पाकिस्तान	63895	5350	7546	9415	7692	0.8	5329	1879	2468	3863	(-) 0.54	26.21	50	28
श्रीलंका	15093	2035	2685	5917	39204	19	1820	620	1325	8778	(-) 0.27	22.39	8	20
भूटान	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
मालदीव	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

स्रोत: वर्ल्ड डेवलपमेंट रिपोर्ट- 1998-99, 1999-2000, 2000-2001 के आधार पर परिकलित

वस्तुएं सोडा एश, पिरालस, बहुमूल्य पत्थर, कृषि रसायन, आटोमोटिव उपकरण हैण्डलूम एवं जनानी साडिया, उर्वरक, बास, लकड़ी के गूदे, पेपर एवं बोर्ड, न्यूजप्रिण्ट, प्राकृतिक गैस, जल की मछली, अशोधित जूट एवं जूट के धागे, जूट के कालीन, बकरी एवं चमड़े, अन्य पशुओं के चमड़े चर्म निर्मित वस्तुएं, नौलैश, टिम्बर केन उर्वरक, हस्तनिर्मित वस्तुएं, कैल्सियम कार्बाइड, लकड़ी और अन्य जंगली उत्पाद, फल एवं जूस, स्क्रेप पेपर, फल एवं सब्जिया, जानवर और खाद्य तेल एवं वसा, मक्खन, हल्की इंजीनियरिंग, की वस्तुएं, ज्वार का आटा, कैंचू ऊन की वस्तुएं, सार्क लीवर आयल आदि।

सार्क के सदस्य देशों के मध्य व्यापार में सेवा क्षेत्र की महत्वपूर्ण भूमिका है जिस पर तालिका 65 तथा तालिका 66 से प्रकाश पड़ता है। उनमें तालिका 65 बांग्लादेश, भारत, नेपाल, पाकिस्तान तथा श्रीलंका के सेवा क्षेत्र के निर्यात व्यापार के निष्पादन को प्रस्तुत करता है। सार्क क्षेत्र में भूटान एवं मालदीव के सेवाओं के निर्यात एवं आयात व्यापार के आकड़े उपलब्ध नहीं हैं अतः इन्हें विश्लेषण में सम्मिलित नहीं किया गया है। तालिका 65 से स्पष्ट है कि—

- 1 सकल घरेलू उत्पाद के प्रतिशत के रूप में श्रीलंका का वस्तुओं का निर्यात व्यापार तथा नेपाल का सेवाओं का निर्यात व्यापार सबसे अधिक हैं।
- 2 सकल घरेलू उत्पादन के प्रतिशत के रूप में भारत का वस्तुओं का निर्यात व्यापार तथा बांग्ला देश का सेवाओं का निर्यात व्यापार सबसे कम है। इसका प्रमुख कारण जनसंख्या का भारी दबाव हो सकता है।
- 3 सेवाओं के निर्यात वृद्धि का प्रतिशत नेपाल का सबसे अधिक तथा बांग्ला देश का सबसे कम है।
- 4 सेवाओं का वस्तुओं के निर्यात का अनुपात बांग्ला देश में सबसे कम तथा नेपाल में सबसे अधिक है।
- 5 सेवा वस्तु निर्यात अनुपात की दृष्टि से भारत की स्थिति दूसरे क्रम पर है।
- 6 सेवाओं के निर्यात में भी भारत की स्थिति दूसरे क्रम पर है।
- 7 सेवा क्षेत्र के निष्पादन की दृष्टि से भारत में कुल श्रम शक्ति सर्वाधिक है जबकि श्रमशक्ति में वृद्धि का प्रतिशत बांग्लादेश में सर्वाधिक है।

उपर्युक्त विश्लेषण से स्पष्ट है कि 'सार्क' के सदस्य देशों में सेवाओं के निर्यात

व्यापार का निष्पादन नेपाल के बाद भारत का है। वस्तुओं के निर्यात व्यापार में भी भारत का श्रेष्ठ प्रदर्शन हो सकता है यदि अर्थव्यवस्था में श्रम के स्रोत पर नियन्त्रण पाया जा सके।

6.4 भारत बनाम अन्य सार्क देश

दक्षिण एशियाई अल्पविकसित प्रदेश अथवा क्षेत्र के सात देशों ने मिलकर 1985 में 'सार्क' का गठन किया है। ये देश हैं— भारत, पाकिस्तान, बांगला देश, श्रीलंका, नेपाल, भूटान एवं मालदीव। इनमें 'श्रीलंका एवं मालदीव' दोनों ही 'द्वीप' हैं और चारों ओर समुद्र से घिरे हैं, शेष देश "स्वतन्त्र राष्ट्र" हैं। इनमें जनसंख्या, भूमि, क्षेत्रफल वस्तुओं एवं सेवाओं का सकल घरेलू उत्पादन, इनकी उत्पादकता सामाजिक उपरि-पूँजी (सोशल ओवर हैण्ड कैपिटल), प्राकृतिक सम्पदा, आदि दृष्टियों से भारत का सभी 'सार्क' देशों में वर्चस्व है। भारत की भौगोलिक परिस्थितियों मालदीव को छोड़कर शेष सभी 'सार्क' देशों से पड़ोसी होने का गौरव प्रदान कराती है। इससे भारत का अन्य 'सार्क' देशों से आर्थिक सम्बन्ध सुदृढ़ होने में मदद मिलती है।

भारत का दक्षिणी एशियाई क्षेत्र में वर्चस्व, इस देश की अनूठी भौगोलिक, प्राकृतिक एवं आर्थिक स्थिति के कारण ही इंग्लैण्ड, यूरोप आदि देश इस पर अपना आधिपत्य बनाये रखना चाहते थे किन्तु 15 अगस्त 1947 को भारत को राजनीतिक स्वतंत्रता मिल जाने तथा 1 अप्रैल 1951 से आर्थिक नियोजन के आरम्भ से भारत को झुकाव अपने पड़ोसी सार्क देशों से राजनीतिक, व्यापारिक एवं आर्थिक सबंधों में अनुकूलता प्राप्त हुई है।

1. भारत—नेपाल व्यापार

भारत—नेपाल व्यापार प्रवृत्ति हमें तालिका 67 को देखने से स्पष्ट होती है। तालिका के अनुसार—

- (1) 'सार्क' पूर्व अवधि में नेपाल का निर्यात—व्यापार भारत के लिए अधिक है। यह व्यापार 27.9% (1979) तथा 76.4% (1975) के मध्य रहा है।
- (2) 'सार्क' पश्चात अवधि में भारत के लिए नेपाल के निर्यात—व्यापार में तेजी से गिरावट आयी है। यह 37.1% (1985) से घटकर 4% (1994) तक पहुँच गया है।
- (3) सार्क पश्चात अवधि में भारत के लिए नेपाल के निर्यात व्यापार में 1994 के बाद वृद्धि हुई है। इस वर्ष को अपवाद के रूप में माना जा सकता है।

तालिका 6.7

भारत का द्विपक्षीय व्यापार : सार्क के सदस्य देशों के सन्दर्भ में
1975—1995 तक

(प्रतिशत में)

वर्ष	बांगलादेश		मालदीव		नेपाल		पाकिस्तान		श्रीलंका	
	निर्यात	आयात	निर्यात	आयात	निर्यात	आयात	निर्यात	आयात	निर्यात	आयात
1975	16	56	—	26.7	76.4	54.8	2.1	0.0	0.1	4.0
1976	24	69	—	6.1	75.2	60.6	0.5	0.2	0.1	5.8
1977	0.2	59	—	11.1	34.7	47.7	2.1	0.7	0.1	8.4
1978	0.6	4.1	—	8.8	31.3	43.6	1.7	0.8	0.8	10.8
1979	0.8	5.1	—	16.4	27.9	47.1	1.5	0.3	1.1	8.4
1980	1.5	4.1	—	14.9	33.2	43.4	2.9	0.0	3.1	5.0
1981	1.8	1.8	—	2.6	47.9	37.0	2.6	0.1	5.5	3.4
1982	2.7	1.6	—	1.5	58.5	33.2	2.1	0.1	1.9	3.7
1983	1.1	1.5	—	1.5	51.0	32.8	1.0	0.1	2.9	5.9
1984	2.9	3.3	—	2.8	52.8	35.6	0.8	0.2	1.0	6.3
1985	2.9	4.1	—	1.4	37.1	27.8	1.0	0.2	0.4	3.9
1986	0.9	4.4	—	2.6	29.8	26.1	0.4	0.2	0.9	3.7
1987	1.5	5.3	—	2.0	27.8	15.7	0.6	0.2	0.4	3.6
1992	0.5	9.5	—	4.2	6.5	15.3	2.0	0.6	0.6	6.6
1993	0.6	10.7	—	3.1	5.2	14.2	0.7	0.6	0.6	6.2
1994	1.3	11.4	—	7.2	4.0	14.0	0.6	0.7	1.0	6.7
1995	2.5	14.8	—	3.4	8.2	14.2	0.5	0.6	1.1	6.5
औसत	1.4	6.2	0.0	6.2	30.6	29.1	1.2	0.3	1.2	5.5
1975—95										

टिप्पणी— भूटान के तुलनीय समक उपलब्ध नहीं हैं।

स्रोत— डाइरेक्शन ऑफ ट्रेड स्टैटिस्टिक्स ईयर बुक 1980 से 1996 के विभिन्न निर्गम।

तालिका 6.8
भारत का 'सार्क' के सदस्य देशों से व्यापार
(1995-96 से 1997-98)

(करोड रुपये में)

क्र स	सार्क देश	वर्ष	को निर्यात	से आयात	व्यापार शेष
1	बांगलादेश	1995-96	3509	287	3222
		1996-97	3085	221	2864
		1997-98	2839	190	2649
2	पाकिस्तान	1995-96	257	151	106
		1996-97	558	128	430
		1997-98	537	140	397
3	नेपाल	1995-96	535	164	371
		1996-97	588	227	361
		1997-98	594	352	242
4	श्रीलंका	1995-96	1344	139	1205
		1996-97	1695	107	1535
		1997-98	1772	121	1651
5	भूटान	1995-96	58	116	(-) 58
		1996-97	78	120	(-) 42
		1997-98	53	125	(-) 72
6	मालदीव	1995-96	53	1	52
		1996-97	37	1	36
		1997-98	28	1	27

इस सन्दर्भ में भारत की उच्चतम भागीदारी 60.6% है जो 1976 में प्राप्त था किन्तु निम्नतम भागीदारी 7.6% रहा है। जो 1989 में प्राप्त था। इसका प्रमुख कारण बीच के कुछ वर्षों में भारत नेपाल के मैत्री सम्बन्ध का अच्छा न होना है।

- 5 1990 के पश्चात भारत से नेपाल को होने वाले निर्यात में बढ़ने की प्रवृत्ति रही है।
- 6 वस्तुतः 'सार्क' पश्चात अवधि में भारत का नेपाल से निर्यात व्यापार 'सार्क' पूर्व अवधि की तुलना में कम हुआ है।
- 7 'सार्क' पश्चात अवधि में भारत का नेपाल से विदेशी व्यापार में घटने की प्रवृत्ति का प्रमुख कारण "राजनीतिक अधिक" तथा आर्थिक कम रहा है।

तालिका 6.9

भारत का नेपाल से व्यापार: 2000 से पूर्व

(करोड़ रुपये में)

वर्ष	नेपाल को निर्यात	नेपाल से आयात	व्यापार शेष
1995-96	535	164	371
1996-97	588	227	361
1997-98	594	352	242

स्रोत—स्टैटिस्टिकल आउटलाइन ऑफ इंडिया (1998-99)

भारत-नेपाल व्यापार सम्बन्धों को देखने से हमें यह पता चलता है कि नेपाल के राजनीतिक कारक तत्व ही उसकी अर्थव्यवस्था के विकास के प्रमुख बाधक रहे हैं। इस तरह नेपाली अर्थव्यवस्था के विकास की मुख्य बाधा वहाँ की राजनीतिक प्रणाली है। यद्यपि हाल के वर्षों में 1995 में पश्चात भारत का नेपाल को निर्यात तथा नेपाल का भारत से आयात-व्यापार बढ़ा है, यह तालिका 6.9 से सुस्पष्ट है। अतः भारत का नेपाल से व्यापार शेष अनुकूल है और 242 एवं 371 करोड़ रुपये के मध्य रहा है। यह अवश्य है कि नेपाल के निर्यात-व्यापार में भी वृद्धि हुई है जिससे भारत के व्यापार शेष में कमी आयी है।

हाल के वर्षों में भारत-नेपाल व्यापार में प्राप्त महत्वपूर्ण विकास का प्रमुख कारण व्यापार एवं लेन-देन समझौते का लागू किया जाना है। भारत-नेपाल व्यापार का सम्पादन कान्धला, तथा बाम्बे एवं कलकत्ता के बन्दरगाहों से चालू किया गया है। इससे नेपाली यातायात में भारी कमी आयी है।

आर्थिक विकास एवं अभियान्त्रिक शोध इस्टीमेट, नेपाल ने भारत-नेपाल व्यापार सुधार के लिए अपने कुछ सुझाव दिये हैं ये सुझाव नेपाल राष्ट्रबैंक अर्थात् नेपाल के केन्द्रीय बैंक को दिये गये हैं। इन सुझावों में कुछ सुझाव अल्प अवधि से सम्बन्धित हैं तो कुछ सुझाव लम्बी अवधि से सम्बन्धित हैं इन सुझावों में कुछ प्रमुख इस प्रकार हैं—

- 1 भारत द्वारा नेपाली वस्तुओं पर जिस दर से कस्टम ड्यूटी लगायी जाय उसी दर से नेपाल द्वारा भारतीय वस्तुओं पर भी लगाया जाय। (अल्पकालिक सुझाव)।
- 2 नेपाल और भारत में निर्यात योग्य वस्तुओं के तुलनात्मक लाभ क्षेत्र की पहचान।
- 3 नेपाल-भारत संयुक्त उद्यमकम्पनियों को प्रोत्साहित करना।
- 4 नर्स, मानव शक्ति प्रशिक्षण केन्द्र, पर्यटन, हाइड्रो शक्ति, विकास, आदि सेवा क्षेत्र के उद्योगों को प्राथमिकता देना।

भारत-नेपाल सीमा व्यापार

नेपाल और भारत की सीमा सैकड़ों किलोमीटर में खुली हुई है जिसके माध्यम से अवैध एवं अनाधिकृत वस्तुओं का व्यापार नेपाल से भारत में होता आ रहा है। इसे रोकने के लिए भारत एवं नेपाल को मुक्त व्यापार सम्बन्ध स्थापित करने की जरूरत है। इससे लगभग 5000 रुपये मूल्य की वस्तुओं को जो एक समय में नेपाल से भारत में लाया जा सकता है, को रोकने में मदद मिलेगी।

भारत-नेपाल व्यापार : भविष्य की सम्भावनाएँ

भविष्य की व्यापार सम्भावनाओं पर आर्थिक विकास एवं अभियान्त्रिकी शोध संस्थान नेपाल ने सुझाव दिया है कि नेपाल की अर्थव्यवस्था में निर्यात प्रोत्साहन के लिए विशिष्टीकरण और औद्योगिकरण को प्रोत्साहित करना होगा। इस अध्ययन द्वारा जिन उद्योगों के प्रोत्साहन का

सुझाव दिया गया है उनमें प्रमुख हैं— उर्वरक, आयरन स्मेटिंग, शेयर स्टोन, सिरामिक, फ्रूट प्रेजर्वेशन एव केनिंग, साफ्ट ड्रिक पेण्ट एव शर्विस, ग्लास, ऊलन, लकड़ी, कागज, हाइड्रो इलेक्ट्रिक पावर, सीमेण्ट, माइका, प्लायीउड एव कार्डबोर्ड, घी, औषधिया एव होटल उद्योग आदि।

प्रस्तुत अध्याय में हार्टीकल्चर एव फ्लोरीकल्चर को भी विकसित करने का सुझाव दिया गया है किन्तु इन सुझावों के सन्दर्भ में रख-रखाव यातायात, विपणन एव सुविधाओं के विकास की भी आवश्यकता है।

भारत-नेपाल व्यापार के मध्य व्यापार की प्रचुर सम्भावनाएँ हैं। यदि दोनों देशों के मध्य आर्थिक अवरोधों को दूर करने के साथ ही राजनीतिक सम्बन्ध सौहार्दपूर्ण हो जाय।

2. भारत-बांग्लादेश व्यापार

भारत बांग्ला देश व्यापार सम्बन्धों पर मुख्य प्रभाव दोनों देशों के मध्य किये गये व्यापार समझौतों का है। इसके अतिरिक्त दोनों देशों के मध्य व्यापार विस्तार में समय-समय पर की गयी व्यापारिक वार्ताओं की भूमिका है। व्यापार विस्तार में मन्त्री, स्तर पर गठित संयुक्त आर्थिक आयोग की चार समितियाँ भी कार्य करती हैं। इन समितियों द्वारा निम्न विषयों पर कार्य सम्पादन किया जाता है— आर्थिक विषयों पर, व्यापार एवं यातायात सम्बन्धी, विज्ञान एवं तकनीकी तथा कृषि सम्बन्धी।

बांग्लादेश भारत का एक पड़ोसी देश है, जिसे व्यापार में प्राकृतिक लाभ प्राप्त है। यद्यपि इस प्राकृतिक लाभ को भारत एवं बांग्लादेश पूरी तरह से नहीं उठा पाते हैं। इन देशों के मध्य द्विपक्षीय व्यापार में वृद्धि की सम्भावनाएँ विद्यमान हैं। भारत का बांग्लादेश को किया जाने वाला निर्यात व्यापार सार्क पूर्व (1982-83) में रुपये 3247 मिलियन था जो सार्क पश्चात (1993-94) में बढ़कर रुपये 13496 मिलियन हो चुका है। इसी तरह भारत का बांग्लादेश से आयात भी बढ़ा है। जो आयात 1982-83 में रुपये 389 मिलियन के बराबर था वह 1993-94 में बढ़कर रुपये 12936 मिलियन के बराबर हो गया है। अतः व्यापार में दोनों देशों को लाभ पहुँचा है।

भारत-बांग्लादेश का व्यापार अतिरिक्त तेजी से बढ़ा है अर्थात् 1982-83 में बांग्लादेश

तालिका 6.10
भारत का बांगलादेश से विदेशी व्यापार

(करोड रूपये में)

वर्ष	बांगलादेश को निर्यात	बांगलादेश से आयात	भारत का व्यापार शेष
1982-83	32 47	3 89	28 58
1983-84	57 40	29 74	27 85
1984-85	106 50	45 51	60 99
1985-86	128 75	25 86	112 88
1986-87	162 01	23 08	138 93
1987-88	186 81	14 79	172 02
1988-89	261 94	14 53	247 41
1989-90	458,03	19 60	438 43
1990-91	547 38	31 42	515 96
1991-92	798 49	14 96	784 43
1992-93	1038 88	35 99	994 67
1993-94	134969	56 09	1293 60
1995-96	3509 00	287.0	3222 00
1996-97	3085 00	221.0	2864 00
1997-98	2839 00	190 0	2649 00

भारत को व्यापार में रुपये 2857 मिलियन का लाभ हुआ था जो 1993-94 बढ़कर रुपये 12936 मिलियन हो चुका है। जो तालिका 6.7 से सुस्पष्ट है। इस तरह भारत का बांगलादेश से निर्यात-आयात व्यापार 1982-83 में 12% बढ़ा है। भारत-बांगलादेश निर्यात-आयात व्यापार में वृद्धि का यह प्रतिशत 1984-85 में सर्वाधिक 42.7% रहा है। जो 1985-86 में घटकर 20.1% तथा 1986-87 में घटकर 14.2% हो गया है। भारत का 1991-92 का वर्ष भारत-बांगलादेश व्यापार की दृष्टि से कमजोर वर्ष कहा जायेगा क्योंकि इस वर्ष भारत-बांगलादेश निर्यात व्यापार तथा भारत बांगला देश आयात व्यापार का अनुपात प्रतिशत मात्र 1.9 रहा है जो अब तक प्राप्त व्यापार प्रवृत्तियों में सबसे कम है। किन्तु 1992 के पश्चात भारत- बांगला देश की व्यापार प्रवृत्ति में सुधार के लक्षण दिखयी पड़ते हैं जिससे निर्यात- आयात अनुपात का प्रतिशत 1.9 से बढ़कर 3.5 तथा 4.2 प्रतिशत हो गया है। इसका प्रमुख कारण बांगलादेश से वार्षिक 1.5 लाख टन उर्वरक का आयात किया जाना है। भारत की इस पहल का बांगलादेश पर अच्छा प्रभाव पड़ा है।

भारत-बांगला देश, विदेशी व्यापार में भारत को सदैव लाभ की दशा प्राप्त है द्विपक्षीय व्यापार के दृष्टि से भारत- बांगलादेश विदेशी व्यापार भारत के अनकल है। भारत का व्यापार अतिरेक 1982-83 में 28.58 करोड़ से बढ़कर रुपये 60.99 करोड़ आरम्भ के तीन वर्षों में हुए हैं जो तालिका 6.10 से सुस्पष्ट है। किन्तु 1985 के पश्चात आयात 'सार्क' की स्थापना के पश्चात भारत का व्यापार अतिरेक तेजी से बढ़ा है, 1985-86 में रुपये 112.88 करोड़ हो गया, तेजी से बढ़कर 1993-94 में रुपये 1293.60 करोड़ को चुका है। इस तरह, सार्क पश्चात अवधि में भारत के व्यापार सन्तुलन में लगभग 26 गुना वृद्धि अकेले बांगलादेश के विदेशी व्यापार से हुई है।

भारत का बांगलादेश से विदेशी व्यापार-प्रवृत्ति

भारत की विदेशी व्यापार प्रवृत्तियों नेपाल को छोड़कर अन्य सार्क देशों से न्यून- मात्रा में हैं। भारत का बांगलादेश से व्यापार प्रवृत्ति इसका अपवाद नहीं है। तालिका 6.7 के अनुसार 1975 में भारत का निर्यात (अथवा बांगलादेश का आयात) 1.6% तथा भारत का आयात (अथवा बांगलादेश का निर्यात) 5.6% था। यह 1995 में बढ़की कमशः 2.5% एवं 14.8% हो गया है। यदि हम 1975-95 की अवधि का बांगलादेश के औसत निर्यात एवं आयात की चर्चा करें तो हमें पता चलता है कि—

1 बांगला देश का निर्यात औसत 14% है जबकि नेपाल का निर्यात औसत 30.6% है।

2 बांगला देश का आयात औसत 6.2% है जबकि नेपाल का आयात औसत 29.1% है।

उपर्युक्त निष्कर्ष भारत-बांगलादेश निर्यात और अथवा आयात व्यापार से सम्बन्धित है। इससे यह पता चलता है कि 1975-95 की अवधि में भारत बांगलादेश व्यापार प्रवृत्ति काफी कम रही है।

भारत-बांगलादेश व्यापार की संरचना

भारत का बांगलादेश से निर्यात व्यापार, मुख्यरूप से निर्मित वस्तुओं, काटन यार्न एवं फैब्रिक्स पर आधारित है। 1992-93 में इनका भारत के कुल निर्यातों में 47% योगदान था, जिससे बांगला देश के रेडीमेड वस्त्रों के निर्यात व्यापार में बहुत अधिक सहयोग प्राप्त हुआ है। इस तरह न केवल विदेश व्यापार से भारत को लाभ प्राप्त हुआ है बल्कि बांगलादेश की आन्तरिक अर्थव्यवस्था को सुधारने में भी मदद मिली है। दूसरे शब्दों में विदेशी व्यापार से बांगला देश को भी लाभ प्राप्त हुआ है। भारत के निर्यात व्यापार में 20% का योगदान अभियान्त्रिक वस्तुओं का रहा है। इससे बांगला देश की धरेलू अर्थव्यवस्था में औद्योगिक विकास हुआ है। सारांश यह है कि भारत- बांगला देश निर्यात व्यापार में निर्मित वस्तुओं काटन यार्न एवं फैब्रिक्स की 47% भूमिका रही है तो अभियान्त्रिक वस्तुओं की 20% भूमिका रही है।

भारत- बांगलादेश के मध्य संयुक्त आर्थिक आयोग बांगलादेश के हाल की मीटिंग में निर्यात वस्तुओं की एक सूची प्रस्तुत की गयी है। इस सूची में 21 निर्यात योग्य वस्तुओं का उल्लेख है, जो भारत में निर्यात हेतु हर तरह से व्यापारिक बन्धनों से मुक्त होगी। सूची में प्रमुख वस्तुओं का उल्लेख इस प्रकार है—

चाय, जूट, जूट की निर्मित वस्तुएं, कारपेट (कालीन), सिले सिलाये वस्त्र, इलेक्ट्रॉनिक वस्तुएं, वीडियो कैसेट, विद्युत सामग्री, चमड़े की वस्तुएं सिरैमिक टेबुल वेयर, केबुल, कम्प्यूटर साफ्ट वेयर, इन्सूलेटर, सूखी मछली, मुद्रित कागज पुस्तकें, एवं मैंगनीन आदि। बांगलादेश द्वारा निर्यात व्यापार में दी गयी छूटों के फलस्वरूप यह आशा की गयी है कि भारत भी अपने निर्यात व्यापार में प्रशुल्क सुविधाओं को देकर विदेशी व्यापार को प्रोत्साहित करेगा। इससे बांगलादेश के विदेशी व्यापार को प्रोत्साहन प्राप्त होगा। इसके अतिरिक्त भारत-बांगलादेश के मध्य द्विपक्षीय व्यापार में वृद्धि होगी। इसका मुख्यकारण यह है कि भारत, बांगलादेश व्यापार से बांगलादेश की

घरेलू अर्थ व्यवस्था में निर्यात योग्य बचते प्राप्त होगी जो कालान्तर में बांग्लादेश द्वारा भारत को निर्यात की जायेगी।

भारत—बांग्लादेश सीमा व्यापार

भारत बांग्लादेश के सीमावर्ती क्षेत्रों से होने वाले अवैध व्यापार का प्रभाव वैध व्यापार के मार्ग की प्रमुख बाधा है, जिससे दोनों देशों के मध्य द्विपक्षीय व्यापार सम्बन्धों में कटुता आती है। दोनों देशों की राजनीतिक पार्टियों के सम्बन्ध मधुर न होने से व्यापारिक एवं आर्थिक सहयोग का वातावरण भी दूषित होता है। इससे प्रायः छोटे देश राजनीतिक लाभ उठाने की चेष्टा करते हैं।

3. भारत—श्रीलंका व्यापार

भारत—श्रीलंका द्विपक्षीय व्यापार की व्याख्या करने पर यह स्पष्ट होता है कि श्रीलंका का व्यापार शेष, भारत के साथ व्यापार करने में सदैव प्रतिकूल रहा है, जबकि भारत का श्रीलंका से व्यापार शेष सदैव अनुकूल रहा है। श्रीलंका का यह घाटा 90 के दशक में उच्च स्तर का रहा है। व्यापार घाटे में जो गिरावट 1987 में रुपये 22728 मिलियन थी वह घटकर 1989 में रुपये 1957.1 मिलियन हो गयी। किन्तु 1993 में यह व्यापार घाटा बहुत तेजी से बढ़कर रुपये 15614.5 मिलियन हो गया, जो तालिका 6.11 से सुस्पष्ट है। परिणाम स्वरूप श्रीलंका का भारत से व्यापार घाटे का अनुपात शेष विश्व से प्राप्त व्यापार घाटे की तुलना में 81% (1989) से बढ़कर 282% (1993) हो गया। इस तरह, भारत से श्रीलंका का व्यापार 1987-93 में 687% बढ़ा है जबकि शेष-विश्व से श्रीलंका का व्यापार घाटा मात्र 285.5% बढ़ा है। अतः शेष विश्व की तुलना में भारत से श्रीलंका का व्यापार घाटा 24 गुना अधिक रहा है। दूसरे शब्दों में श्रीलंका से भारत का व्यापार अतिरिक्त 24 गुना अधिक रहा है।

तालिका 6.11

श्रीलंका का व्यापार घाटा: भारत एवं शेष विश्व के सन्दर्भ में

(श्रीलंका की मुद्रा रूपय मिलियन में)

वर्ष	भारत को निर्यात	भारत से आयात	श्रीलंका का व्यापार घाटा		
			भारत से	शेष विश्व से	भारत एवं शेष विश्व के % के रूप में
1987	187 0	2459 8	2272 8	19395 7	11 7
1988	615 1	2893 5	2278 4	24101 7	9 5
1989	355 5	2312 6	1957 1	24050 0	8 1
1990	825 7	4730 7	3905 0	31105 4	12 6
1991	522.2	9105 3	8583 1	44418 0	19 3
1992	503 4	13230 2	12726 8	45699 5	27 8
1993	954 9	16559 4	15614 5	55374 8	28 2

स्रोत—सेंट्रल बैंक ऑफ श्रीलंका, वार्षिक रिपोर्ट, (1990—1993)

तालिका 6.12

भारत का श्रीलंका से व्यापार : 1995 के पश्चात

वर्ष	श्रीलंका को निर्यात	श्रीलंका से आयात	व्यापार शेष
1995—96	1344	139	1205
1996—97	1695	160	1535
1997—98	1772	121	1651

स्रोत—स्टैटिस्टिकल आउटलाइन आफ इण्डिया, 1998—99

श्रीलंका, भारत के साथ विदेशी व्यापार हेतु सदैव इच्छुक रहा है। इसकी पुष्टि सार्क देशों के अधिकारियों के 13 नवम्बर 2000 को कोलम्बो में सम्पन्न हुए तीन दिवसीय सम्मेलन में श्रीलंका के विदेश मंत्री 'लक्ष्मण कादिर कमर' के वक्तव्य द्वारा होती है। इस सम्मेलन में श्री कादिर ने 'सार्क' सदस्यों से आपसी मतभेद भुलाकर सगठन को साथ मिलकर चलाने का आह्वान किया है। इस सम्मेलन में विदेश मन्त्रालय के निदेशक 'शमाजैन तथा सयुक्त सचिव मीरा शकर' ने भारत का प्रतिनिधित्व किया है।⁶

भारत का श्रीलंका से व्यापार लाभप्रद रहा है तथा श्रीलंका से व्यापार-सम्बन्ध बनाने का इच्छुक रहा है। इसके अनेक कारण गिनाये जा सकते हैं— 1 भारत एशिया 'प्रदेश' का विविधतापूर्ण तथा सबसे बड़ा देश है, 2 श्रीलंका भारत का सीमावर्ती देश है, 3 शान्ति एवं सुरक्षा की दृष्टि से भारत के वर्चस्व से इन्कार नहीं किया जा सकता, 4 विदेशी व्यापार के सन्दर्भ में वस्तुओं एवं सेवाओं की आपूर्ति में भी भारत का वर्चस्व रहा है, तथा 5 श्रीलंका को अपनी घरेलू अर्थव्यवस्था जरूरतों की वस्तुओं एवं सेवाओं की उपलब्धता भारत से "कम से कम लागत" में हो जाती है।

श्रीलंका ने भारत से द्विपक्षीय व्यापार-वृद्धि हेतु प्रशुल्क नीति को सरल बनाने का आग्रह किया है और भारत ने इसका पालन करते हुए श्रीलंका से आयात-व्यापार को बढ़ा दिया है। भारत ने प्रारम्भ में 18 वस्तुओं को इस आयात-व्यापार में सम्मिलित किया है। श्रीलंका से भारत ने आयात-व्यापार में जिन वस्तुओं को सम्मिलित किया है, उनमें प्रमुख हैं—काला चना, लौंग, चाकलेट, ग्रेफाइट्स, रबर और उससे निर्मित सर्जरी की वस्तुएं, कृत्रिम चमड़े के उत्पाद आदि। प्रशुल्क नीति में दी गयी रियायतों से भारत श्रीलंका अवैध-व्यापार में कमी लाने की दृष्टि से भी महत्वपूर्ण है। भारत-श्रीलंका व्यापार की दृष्टि से पंचमुखी एवं अन्य सहयोगियों द्वारा किये गये एक अध्ययन (1993) से निम्न सुझाव दिये जा सकते हैं—

1. भारत का श्रीलंका से व्यापार बढ़ाने के लिए सांस्थानिक उपायों को बढ़ाना होगा। व्यापार विस्तार के लिए व्यापार-अधिमान को वरीयता देना होगा।
2. भारत द्वारा श्रीलंका को दिया गया साख-सहयोग को पूरी क्षमता से उपयोग करना होगा। इसके लिए श्रीलंका के सरकार को कुछ उपयोगी उपाय करने होंगे, जैसे—श्रीलंका के आयातकों द्वारा बिना विलम्ब के भुगतान-प्रक्रिया को अपनाना, भारत द्वारा निर्यात रूकावटों को दूर करना आदि।
3. भारत-श्रीलंका संयुक्त-व्यापार सहयोग को बढ़ावा देना जिससे चाय, रबर एवं रबर उत्पादों, मसालों आदि के व्यापार में संयुक्त प्रयासों से वृद्धि हो सके।

भारत का श्रीलंका से विदेशी व्यापार प्रवृत्ति

मालदीव की ही भाँति श्रीलंका भी एक द्वीप है किन्तु यह देश मालदीव से काफी बड़ा है। भारत की श्रीलंका को निर्यात-व्यापार 1978-87 की अवधि में 3.6-10.8% रहा है। 1978 के

अपवाद के वर्ष को छोड़कर भारत का, श्रीलंका को, निर्यात बढ़ा है किन्तु भारत का श्रीलंका से आयात-व्यापार कम रहा है। 1975-95 की अवधि में श्रीलंका का आयात औसत 55% रहा है, जो नेपाल, बांग्लादेश, एवं मालदीव से कम है किन्तु पाकिस्तान के समान है। दूसरे शब्दों में भारत को निर्यात व्यापार श्रीलंका के साथ भी कम ही रहा है। इसी तरह भारत का आयात-व्यापार भी श्रीलंका से काफी कम है।

भारत-श्रीलंका अवैध व्यापार

भारत के पड़ोसी अन्य देशों की भाँति भारत श्रीलंका के मध्य वैध व्यापार के अतिरिक्त अवैध व्यापार की मात्रा कम नहीं है। इस अवैध व्यापार से वस्तुओं और सेवाओं का व्यापार तथा पूँजी अन्तरण बड़ी मात्रा में प्रभावित होता है। श्रवणनाथन (1994) के एक अध्ययन के अनुसार 'भारत श्रीलंका के मध्य अवैध व्यापार से उत्पन्न समस्याओं को निम्नानुसार हल किया जा सकता है—

- 1 भारत-श्रीलंका के मध्य निर्यात-आयात व्यापार के सन्दर्भ में वैध व्यापार की मात्रा कम है जबकि अवैध व्यापार की मात्रा अधिक है। उदाहरण के लिए 1991 में वैध व्यापार रुपये 96270 मिलियन के बराबर था जबकि अवैध व्यापार रुपये 1091165 मिलियन के बराबर था।
- 2 श्रीलंका का भारत से वैध व्यापार घटा, अवैध व्यापार की तुलना में अधिक रहा है। उदाहरण के लिए 1991 में वैध व्यापार का घाटा रुपये 8583.59 मिलियन था जबकि अवैध व्यापार घाटा रुपये 90065 मिलियन के बराबर था।
- 3 भारत से श्रीलंका को तथा श्रीलंका से भारत को वैध पूँजी अन्तरण की तुलना में अवैध पूँजी अन्तरण की मात्रा अधिक रही है।
- 4 श्रीलंका का भारत से अवैध व्यापार बहुत अधिक रहा है। जबकि भारत का श्रीलंका से अवैध व्यापार की मात्रा कम रही है।

श्रवणनाथन (1994) के अध्ययन का उपर्युक्त सारांश भारत-श्रीलंका के मध्य "स्वतन्त्र व्यापार नीति" (फ्री ट्रेड पालिसी) का सुझाव देता है। दोनों देशों के मध्य स्वतन्त्र व्यापारनीति से प्रचुर लाभ होगा। इससे अवैध व्यापार को रोका जा सकेगा तथा वैध व्यापार को बढ़ावा मिलेगा।

अवैध व्यापार को रोकने के लिए यदि स्वतन्त्र व्यापार नीति सम्भव न हो तो 'लचीली अथवा सार्क व्यापार नीति' को अपनाना उचित होगा। इससे भी भारत श्रीलंका के मध्य अवैध व्यापार नियन्त्रण में मदद मिलेगी।

4. भारत-पाकिस्तान व्यापार

पाकिस्तान, भारत का न केवल एक पड़ोसी देश है बल्कि, 'सहोदर' भी है। अतः इसे भारत का अभिन्न देश माना जा सकता है।

स्वतन्त्र भारत का जन्म 15 अगस्त 1947 को हुआ था जबकि पाकिस्तान का जन्म 14 अगस्त 1947 को हुआ था। पाकिस्तान भारत का अभिन्न अंग था किन्तु अलग होते ही दुश्मन बन गया।⁷

भारत और पाकिस्तान दोनों ही 'सार्क' के सक्रिय सदस्य देश हैं। किन्तु आपसी मदभेद द्विपक्षीय व्यापार हेतु सदैव बाधक रहा है। भारत-पाकिस्तान व्यापार में तीव्र उतार-चढ़ाव की स्थिति देखने को मिलती है। भारत का पाकिस्तान से 1983-84 तथा 1988-89 के मध्य व्यापार घाटे में रहा है। यद्यपि व्यापार में घाटे की यह मात्रा कभी कम कभी अधिक रही है। 1989-90 तथा 1990-91 के दौरान पाकिस्तान का भारत को निर्यात कम रहा है और भारत से आयात अधिक रहा है। दूसरे शब्दों में 1989-90 एवं 1990-91 की अवधि में भारत का निर्यात पाकिस्तान को अधिक रहा है तथा आयात कम रहा है। इस प्रवृत्ति में उलटफेर आगामी 1991-92 एवं 1992-93 की अवधियों में हुई है जब पाकिस्तान का भारत से व्यापार, लाभ का रहा है। 1993-94 में पाकिस्तान ने रुपये 2126 मिलियन के बराबर मूल्य की वस्तुओं का भारत से आयात किया था जबकि इसी अवधि में पाकिस्तान का भारत से व्यापार शेष रुपये 838 मिलियन के बराबर घाटे में रहा है, यह तालिका 6.13 एवं 6.14 से सुस्पष्ट है। पूर्व (1975-85) की अवधि में पाकिस्तान के निर्यात व्यापार में भारत की भागीदारी अधिक थी किन्तु सार्क पश्चात् (1985-95) की अवधि में इस भागीदारी में कमी आयी है। 'सार्क' पश्चात् अवधि में केवल 1992 का वर्ष अपवाद स्वरूप है जिसमें पाकिस्तान का निर्यात 2% रहा है। संक्षेप में यह कहा जा सकता है कि भारत का पाकिस्तान को निर्यात न के बराबर रहा है जबकि पाकिस्तान से भारत ने आयात व्यापार किये हैं।

भारत पाकिस्तान द्विपक्षीय व्यापार में प्राप्त उच्चावचन के अनेक कारण उत्तरदायी हैं—

- 1 भारत—पाकिस्तान व्यापार की पृष्ठभूमि आपसी मन—मुटाव एवं कटुता पर आधारित है।
- 2 दोनों देशों के मध्य कड़ुवाहट लम्बी अवधि से सबधित है।
- 3 भारत, पाकिस्तान से व्यापारिक एवं आर्थिक सम्बन्ध बनाये रखना चाहता है किन्तु पाकिस्तान भारत से राजनीतिक कटुता के कारण व्यापारिक एवं आर्थिक सम्बन्ध नहीं बनाये रखना चाहता।

10 अप्रैल 1999 को नयी दिल्ली में भारत एवं पाकिस्तान के उद्योगपतियों ने आपसी व्यापार बढ़ाने की दिशा में एक ठोस कदम उठाये है। यह कदम है— “साझे उद्योग चैम्बर” की स्थापना का दोनों देशों के साझे चैम्बर ऑफ कामर्स अथवा साझे उद्योग चैम्बर से यह आशाबधी है। कि भारत और पाकिस्तान के बीच वर्षों से बाधित व्यापार शायद अब नयी गति हासिल कर सके।

तालिका 6.13 भारत और पाकिस्तान का द्विपक्षीय व्यापार

(पाकिस्तानी मुद्रा रूपये मिलियन में)

वर्ष	भारत को पाकिस्तान का निर्यात	भारत के पाकिस्तान का आयात	भारत के साथ पाकिस्तान का व्यापार शेष
1983—84	343	148	195
1984—85	498	261	237
1985—86	465	197	268
1986—87	324	166	158
1987—88	483	341	142
1988—89	940	614	326
1989—90	757	816	(-) 59
1990—91	933	1026	(-) 93
1991—92	2814	1213	1601
1992—93	2175	1748	427
1993—94	1288	2126	(-) 838

स्रोत—गवर्मेन्ट ऑफ पाकिस्तान (1994)

तालिका 6.14
भारत का पाकिस्तान से व्यापार : 2000 से पूर्व

(करोड रुपये में)

वर्ष	पाकिस्तान को निर्यात	पाकिस्तान से आयात	व्यापार शेष
1995-96	257	151	106
1996-97	558	128	430
1997-98	537	140	397

स्रोत-स्टैटिस्टिकल आउटलाइन आफ इण्डिया, 1998-99

5. भारत-मालदीव-व्यापार

‘सार्क’ क्षेत्र में ‘मालदीव’ एक छोटा सा देश है जिसकी आय का प्रमुख स्रोत हैं- मछली निर्यात एवं पर्यटन उद्योग। इन दृष्टियों से भारत को मालदीव का, निर्यात ‘शून्य’ रहा है किन्तु भारत से मालदीव को निर्यात (अर्थात् भारत से मालदीव का आयात) काफी मात्रा में हुआ है। यद्यपि यह प्रवृत्ति ‘सार्क’ पूर्व अवधि में सार्क पश्चात अवधि की तुलना में कम रही है। बांग्लादेश एवं मालदीव की आयात प्रवृत्तियों का औसत 1975-95 की अवधि में समान रहा है।

तालिका 6.15
भारत से मालदीव का व्यापार : 2000 से पूर्व

(करोड रुपये में)

वर्ष	मालदीव को निर्यात	मालदीव से आयात	व्यापार शेष
1995-96	53	1	52
1996-97	37	1	36
1997-98	28	1	27

स्रोत-स्टैटिस्टिकल आउटलाइन आफ इण्डिया, 1998-99

1995 के बाद की अवधियों के लिए पर्याप्त आँकड़ों के आधार पर तालिका 6.15 को प्रस्तुत किया गया है जिससे स्पष्ट है कि भारत द्वारा मालदीव को निर्यात 1995-96 में 53 करोड रुपये के मूल्य का था जो 1997-98 में घटकर 28 करोड रुपये हो गया। भारत का मालदीव से आयात ‘अत्यल्प’ तथा रु० एक करोड के बराबर रहा है। निष्कर्ष के रूप में यह भी कहा जा सकता है कि भारत-मालदीव-व्यापार-सम्बन्ध नेपाल, बाँगलादेश एवं श्रीलंका जैसे देशों की

तुलना में बेहतर नहीं है। इसका प्रमुख कारण मालदीव का एक छोटा सा राष्ट्र होना है।

6 'भारत-भूटान' व्यापार

सार्क क्षेत्र में भूटान एक छोटा सा देश है। 1995 तक भूटान के तुलनीय आँकड़े उपलब्ध न होने से भारत-भूटान-व्यापार प्रवृत्ति को बतलाना कठिन है जो तालिका 6.3 से स्पष्ट है। 1995 के बाद की अवधि के उपलब्ध आँकड़े तालिका 6.16 में द्रष्टव्य हैं जिसको देखने से स्पष्ट है कि—

- 1 भारत का भूटान को निर्यात 1995 के पश्चात 116 से 125 करोड़ रुपये के बराबर था। यह मालदीव की तुलना में बेहतर है।

तालिका 6.16 भारत का भूटान से व्यापार: 2000 से पूर्व

(करोड़ रुपये में)

वर्ष	भूटान से आयात	भूटान को निर्यात	व्यापार शेष
1995-96	58	116	(-) 58
1996-97	78	120	(-) 42
1997-98	53	125	(-) 72

- 2 भारत का भूटान से आयात भी मालदीव की तुलना में बेहतर है। 1995 के बाद की अवधियों में यह 53 से 58 करोड़ रुपये मूल्य के बराबर रहा है।
- 3 भूटान का व्यापार शेष घाटे में रहा है, जिससे इस तथ्य पर भी प्रकाश पड़ता है कि भूटान-भारत से व्यापार न करने की मनोवृत्ति वाला देश है।

सन्दर्भ एवं टिप्पणी

- 1 "अन्तर्राष्ट्रीय अर्थशास्त्र", ज्ञानेन्द्रसिंह कुशवाहा, मैकमिलन 1979, पृ 348
2. World Development Report 2000-2001
3. F.n. 2, Page 23.
4. F.n. 2, Page 334.
5. F.n. 2 Page 24
6. दैनिक जागरण, वाराणसी, 14 नवम्बर, 2000
7. दैनिक जागरण, वाराणसी, 23 अक्टूबर, 2000

अध्याय-7

भारतीय विपणन एवं व्यापार नीतियाँ

साधारणतया, अधिकाँश व्यावसायिक सस्थान विदेशी विपणन (अथवा व्यापार) की तुलना में देशी विपणन को श्रेयकर समझती है क्योंकि देश के भीतर विपणन करना अधिक सरल तथा कम जोखिम वाला है। उदाहरण के लिए, ऐसा करने में व्यवसायियों को किसी भिन्न भाषा, भिन्न मुद्रा प्रणाली, भिन्न आर्थिक, राजनैतिक, वैधानिक एवं सामाजिक दशाओं का सामना नहीं करना पड़ता है। जबकि विदेशों में कानूनी और राजनैतिक अनिश्चितताएँ एवं जटिलताएँ कहीं अधिक हो सकती हैं। मुद्रा तथा भाषा सम्बन्धी कठिनाइयाँ भी विदेश व्यापार में समस्या उत्पन्न कर देती हैं। विदेशी उपभोक्ताओं का व्यवहार, स्वभाव आदि बिल्कुल अनजाना होता है। अब प्रश्न यह उठता है कि इतनी सब समस्याओं, कठिनाइयों तथा अतिरिक्त जोखिम के होते हुए भी व्यापारिक फर्म अन्तर्राष्ट्रीय विपणन (अथवा व्यापार) के लिए क्यों उत्सुक रहती हैं? इसके कई कारण हो सकते हैं—(i) देश के भीतर विपणन के अवसर समुचित मात्रा में उपलब्ध न हों अथवा व्यापार को बढ़ाने के अवसर अत्यन्त सीमित अवस्था में हों देश की आर्थिक प्रगति बहुत धीमी हो, सरकार का रुख व्यापारियों के प्रति अनुकूल न हो, करो की दर बहुत ऊँची हो, तो भी आन्तरिक विपणन की प्रगति में बाधा पड़ सकती है, (ii) दूसरे इन सब परिस्थितियों के विपरीत विदेशों में विपणन के अवसर विशेष आकर्षक हों तथा अपेक्षाकृत अधिक लाभदायक एवं सुलभ हों, (iii) तीसरे, मन्दी के दुष्परिणामों को समाप्त करने के लिए, उत्पादन बढ़ाकर कीमतों में कमी लाने के लिए, तथा अपनी विस्तारवादी नीति के रूप में फर्म विदेशी विपणन विदेश व्यापार की ओर निहार सकती हैं, तथा (iv) अन्त में कभी-कभी सरकार द्वारा भी व्यवसायियों को विदेशी व्यापार के लिए प्रोत्साहित किया जाता है। अतः सरकार द्वारा दी जाने वाली इन निर्यात प्रेरणाओं का लाभ उठाने के लिये भी व्यवसायी अन्तर्राष्ट्रीय विपणन (अथवा व्यापार) को अपनाने लगते हैं।

अर्थव्यवस्था के अन्य क्षेत्रों के समान ही विदेशी व्यापार के क्षेत्र में भी भारतीय अर्थव्यवस्था पर उपनिवेशवाद के दुष्प्रभाव दिखाई पड़ते हैं। इस काल में भारत से कच्चे माल का निर्यात और विनिर्मित वस्तुओं का आयात हुआ। व्यापार की शर्तें विनिर्मित वस्तुओं के पक्ष में तथा

कच्चे माल के विरुद्ध थी। परिणामस्वरूप अर्थव्यवस्था को विदेशी व्यापार में हानि उठानी पड़ी। यही कारण था कि स्वतंत्रता के बाद अन्तर्मुखी नीतियों^{*1} को अपनाया गया और आयात प्रतिस्थापन^{*2} की नीति विदेशी व्यापार नीति का आधार बनी। इस काल में निर्यातों के प्रोत्साहन के लिये गंभीर प्रयासों का अभाव दिखाई पड़ता है। बाद के वर्षों में कुछ विकासशील देशों की आयात उदारीकरण^{*3} की सफलता के बाद भारत में भी दृष्टिकोण में परिवर्तन हुआ। अस्सी के दशक में भारत में व्यापार उदारीकरण^{*4} का विशेष रूप से आरम्भ हुआ और नब्बे के दशक में (1991 व उसके बाद) उदारीकरण की व्यापक नीति बनी और भारतीय अर्थव्यवस्था को विश्व व्यापार के लिये खोलने के लिये कार्यक्रमों की घोषणा की गई।²

प्रस्तुत इस अध्याय-7 को अनुभाग 7.1 भारत के निर्यात-विपणन नीति, अनुभाग 7.2 निर्यात विपणन एवं भारतीय फर्म, 7.3 भुगतान शेष (अथवा भुगतान सन्तुलन) की समस्या, 7.4 भारत की विदेश व्यापार नीति पर हैं। अनुभाग 7.4 में ही भारत की नवीन आयात-निर्यात नीति, 1997-2002 को प्रस्तुत किया गया है। अन्त में, इसी अनुभाग में भारत की व्यापार नीति का एक मूल्यांकन भी प्रस्तुत किया गया है।

7.1 निर्यात विपणन नीति

निर्यात विपणन से आशय

विपणन व्यावसायिक क्रियाओं की एक सम्पूर्ण प्रणाली है जो वर्तमान एवं भावी ग्राहकों की इच्छाओं को सन्तुष्ट करने वाले उत्पादों एवं सेवाओं की योजना बनाने, कीमत निर्धारित करने, संवर्द्धन करने व वितरण करने के अभिन्यास से सम्बन्ध रखती है। निर्यात विपणन से आशय एक फर्म या उत्पादक द्वारा की जाने वाली उन क्रियाओं से है, जो दूसरे देश या देशों के उपभोक्ताओं प्रयोक्ताओं की इच्छाओं को सन्तुष्ट करने वाले उत्पादों एवं सेवाओं के विक्रय से सम्बन्ध रखती है।

*1. inward-oriented policies

*2. import substitution

*3. import liberalisation

*4. trade liberalisation

निर्यात विपणन के उद्देश्य

निर्यात विपणन के उद्देश्यों का वर्गीकरण मुख्य रूप से दो भागों में किया जा सकता है, प्रथम निर्यात विपणन के सामान्य उद्देश्य एवं द्वितीय निर्यात विपणन के विशिष्ट उद्देश्य। इनका वर्णन इस प्रकार किया जा सकता है

(1) निर्यात विपणन के सामान्य उद्देश्य—निर्यात विपणन के सामान्य उद्देश्य भी दो प्रकार से वर्णित किये जा सकते हैं, प्रथम ऐसे उद्देश्य जिनका सीधा सम्बन्ध लाभार्जन से हो, इसमें अधिकतम लाभ कमाना, प्रति इकाई लाभ में वृद्धि करना आदि को शामिल किया जाता है। दूसरे प्रकार के उद्देश्य ऐसे होते हैं, जिनका सीधा सम्बन्ध लाभ कमाने से न होकर अन्य उद्देश्य प्राप्त करने से होता है। इसमें विदेशी मुद्रा कमाना, बिक्री की मात्रा में वृद्धि करना, अधिक बाजार भाग को अपने अधिकार में करना, अधिक निर्यात करके देश के आर्थिक विकास में योगदान देना, रोजगार के साधनों में वृद्धि करना, विदेशी बाजारों में अपने उत्पादों की पहचान बनाना ख्याति एवं प्रतिष्ठा में वृद्धि करना को सम्मिलित किया जा सकता है।

निर्यात विपणन के द्वारा लाभ कमाने का उद्देश्य हालाँकि सदैव प्राथमिकता के क्रम में ऊपर रहेगा, पर यह आवश्यक नहीं है। अनेक परिस्थितियाँ ऐसी होती हैं, जिनमें लाभार्जन के बजाय अन्य लक्ष्य अधिक महत्वपूर्ण होते हैं। अधिकांश भारतीय फर्म लाभार्जन के लिए निर्यात नहीं करती, क्योंकि उन्हें माल खपाने की समस्या है ही नहीं। ये फर्म विदेशी मुद्रा के अर्जन या आयातों के लिए विदेशी मुद्रा की व्यवस्था करने हेतु निर्यात करती हैं।

(2) निर्यात विपणन के विशिष्ट उद्देश्य

निर्यात विपणन के उपरोक्त सामान्य उद्देश्यों के अतिरिक्त अनेक विशिष्ट उद्देश्यों को भी प्राप्त किया जा सकता है। इनका उद्देश्य विक्रय एवं उत्पादन की अस्थिरता को दूर कर स्थिरता प्रदान करना देश के आर्थिक विकास में योगदान देना, कम्पनी के प्रयोग में आने वाली विदेशी मुद्रा को कमाना, पूर्ण उत्पादन क्षमता के उपयोग के लिए अवसर जुटाना, रोजगार—विक्रय—लाभ में स्थिरता लाना आदि अनेक निर्यात विपणन के विशिष्ट उद्देश्य होते हैं।

उपयुक्त उद्देश्यों का चयन

प्रत्येक फर्म को अपनी आवश्यकता के अनुरूप इन उद्देश्यों या लक्ष्यों का चयन करना चाहिए। इनका अनुकूलतम संयोग भी अपनाया जा सकता है। उद्देश्यों को प्राथमिकता के

क्रम में भी रखा जा सकता है। लेकिन उद्देश्यों का चयन करते समय इस बात को ध्यान में रखना चाहिए, कि ये उद्देश्य राष्ट्रीय उद्देश्यों के समपार्श्विक हों, उसके विरोधी या उसकी अवमानना करने वाले नहीं। भावनात्मक दृष्टिकोण की छोड़कर यथार्थवादी दृष्टिकोण से इन उद्देश्यों या लक्ष्यों का चयन किया जाना चाहिये। फर्म के लिए उद्देश्यों की व्यापक उपादेयता तभी होगी, जब ये फर्म की विपणन व्यूह-रचना के लिए उपयोगी व सार्थक हों।

निर्यात विपणन की प्रकृति

विपणन प्रबन्धक निर्यात नीति का निर्माण करते समय उन सभी बाजार शक्तियों के प्रभाव पर भी उचित रूप से ध्यान देता है, जो विपणन कार्यक्रम पर अपना प्रभाव डालती हैं। इसमें व्यापारियों के व्यवहार, उपभोक्ताओं के व्यवहार, प्रतियोगियों के व्यवहार, सरकारी संस्थाओं के व्यवहार आदि को शामिल किया जाता है, का भी उचित रूप से आकलन करता है। देशी बाजारों की तुलना में विदेशी बाजारों के सन्दर्भ में इनका मूल्यांकन करना कठिन कार्य है।

आन्तरिक व्यापार की तुलना में विदेशी व्यापार उतना सरल नहीं होता। भारत में अधिकांश उत्पादों में आन्तरिक प्रतियोगिता बहुत कम है, अतः व्यावसायिक फर्मों को यहाँ विक्रय करने में अधिक सुविधा होती है। यहाँ जोखिम भी-कम होती है, व विपणन के असीमित अवसर भी उपलब्ध रहते हैं। विदेशी बाजारों में अधिक वैधानिक जटिलता, राजनैतिक अनिश्चितताएँ आदि अधिक होती हैं। इसके अलावा जटिलता की मात्रा भी अपेक्षाकृत अधिक होती है।

उपभोक्ताओं की रुचियों व आदतों, क्रय व्यवहारों, प्रवृत्तियों में होने वाले परिवर्तनों की शीघ्र जानकारी विदेशी बाजारों के सन्दर्भ में नहीं हो पाती। इस प्रकार यह कहा जा सकता है, कि निर्यात विपणन की प्रकृति गतिशील, जटिल व अनिश्चिततापूर्ण होती है।

भारत में निर्यात विपणन नीति

भारतीय अर्थव्यवस्था के सन्दर्भ में निर्यात विपणन का अपना विशेष महत्त्व है। हमारा व्यापार सन्तुलन आयातों की अधिकता से सामान्यतया प्रतिकूल रहता है। निर्यातों से जो हम बहुमूल्य विदेशी मुद्रा का अर्जन करते हैं, उसका बड़ा भाग तेल के आयात में हमें व्यय करना पड़ता है, इसके बाद बहुत कम विदेशी मुद्रा अन्य कार्यों के लिए शेष रह पाती है।

जब तक तेल का कोई शक्तिशाली विकल्प उभर कर सामने नहीं आता, तब तक हमें अपने अर्जित विदेशी मुद्रा के संसाधनों को इसमें व्यय करना ही होगा, इसका तब तक कोई

विकल्प नहीं है। लेकिन विदेशी बाजारों में अपने उत्पादों का बाजार बनाकर इस अमूल्य विदेशी मुद्रा को कमाया जा सकता है। निर्यात विपणन की सम्भावनाओं का पता लगाकर, उनकी पूर्ति व विदोहन के लिए उचित कार्यक्रम बनाकर, व्यावसायिक फर्म न केवल अपनी विद्यमान उत्पाद-पक्तियों का विस्तार व विविधीकरण कर सकती है, वरन् अपने लाभ अर्जन करने के अवसरों को भी बढ़ा सकती है।

हमारे देश के पास विपुल प्राकृतिक साधनों के असीम भण्डार हैं, एवं अपार मानवीय क्षमता विद्यमान है, प्रबन्धकीय चातुर्य है, फिर भी अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार में हमारा भाग बहुत कम है। जापान जैसा छोटा सा देश जिसके पास न तो खनिज एवं प्रकृति सम्पदा है, न ही अपार मानवीय शक्ति है, फिर भी कई उत्पादों में जापान ने अन्तर्राष्ट्रीय ख्याति प्राप्त की है। विश्व का सर्वाधिक कारो बनाने वाला देश अमेरिका आज जापान से कारों का आयात करता है।

आखिर इस सब का श्रेय किसे है ? यह श्रेय है तो जापान के निर्यात विपणन को, जिसने उचित निर्यात नीति की स्थापना करके उसे प्रभावी रूप से क्रियान्वित किया है।

निर्यात नीति का विकास

निर्यात नीति से यहाँ हमारा आशय केन्द्रीय सरकार द्वारा समय-समय पर घोषित की जाने वाली निर्यात नीतियों से नहीं है। यहाँ निर्यात नीति से आशय किसी व्यावसायिक फर्म द्वारा अपनायी जाने वाली निर्यात नीति से है। यह गौरव की बात है, कि व्यावसायिक फर्म सरकारी है, या निजी। प्रत्येक फर्म जो विदेशी बाजारों के उचित विदोहन के लिए प्रयास करना चाहती हो, उसे उपयुक्त निर्यात नीति का विकास करना आवश्यक है। प्रत्येक फर्म के लिए एक सामान्य रूप से लागू होने वाली निर्यात नीति को नहीं अपनाया जा सकता। यह इस बात पर निर्भर करेगी, कि फर्म के समक्ष उपलब्ध चुनौतियाँ क्या हैं, व उसका मुकाबला एवं सामना वह फर्म किस प्रकार कर सकती है।

कोई भी सरकारी या गैर सरकारी व्यावसायिक उपक्रम जो विदेशी बाजारों के विदोहन हेतु निर्यात का एक निश्चित विपणन कार्यक्रम बनाती है, एवं उसके प्रभावी रूप से क्रियान्वयन, विपणन कार्यक्रम के अनुरूप उचित दिशा प्रदान करने तथा समस्त विपणन प्रयासों को समन्वित करने, प्रयत्नों में सामञ्जस्य निर्माण करने के लिए फर्म का शीर्ष विपणन अधिकारी या निर्यात प्रबन्धक जो आधार नीति तैयार करते हैं, उसे ही निर्यात नीति के रूप में वर्णित किया

जा सकता है। अतः स्पष्ट है, कि निर्यात नीति से आशय सरकार द्वारा घोषित निर्यात नीति से नहीं होकर फर्म द्वारा अपनायी जाने वाली निर्यात नीति से है।

निर्यात नीति का क्षेत्र अत्यन्त ही व्यापक होता है। इसमें निर्यात के क्षेत्र में प्रवेश का निर्णय लेने से पूर्व विचार करने योग्य बातें, निर्यात पर प्रभाव डालने वाले अनेक प्रकार के आर्थिक व गैर आर्थिक तत्वों के प्रभाव का अध्ययन, विपणन कार्यक्रम के आधारभूत उद्देश्यों का निर्धारण, निर्यात, विपणन कार्यक्रम के उद्देश्यों को इस आशय के लिए तय राष्ट्रीय उद्देश्यों के साथ समायोजित करना, निर्यात बाजारों का चुनाव, सामग्री का चुनाव, वस्तु नियोजन सम्बन्धों का निर्णय, वितरण नीतियाँ कीमत एवं उधार नीतियाँ आदि सभी इसके क्षेत्र के अन्तर्गत आते हैं। इसके अतिरिक्त विभिन्न प्रकार की समस्याएँ भी, जिनका सम्बन्ध निर्यात विपणन से है, इसके क्षेत्र के अन्तर्गत आती है।

इस प्रकार निर्यात क्षेत्र में प्रवेश करने से लेकर निर्यात विपणन कार्यक्रम के लिए विभिन्न प्रकार की नीतियों को तय करने, निर्धारित करने तक के सभी कार्य इसमें सम्मिलित हैं। कुछ प्रमुख कार्य (उपाय) निम्न हैं—

- (i) निर्यात के लिए उत्पाद अनुकूलन का उपाय करना।
- (ii) निर्यात के लिए वस्तु का पैकेजिंग सम्बन्धी कार्यक्रम बनाना।
- (iii) विक्रय विज्ञापन एवं विक्रय प्रवर्तन सम्बन्धी कार्यक्रम बनाना।
- (iv) उत्पाद के लिए परिवहन तथा प्रलेखों की व्यवस्था करना।
- (v) साख एवं भुगतान की विधि का निर्धारण करना।
- (vi) वित्त, विनिमय, सम्बन्धी कार्य।
- (vii) विक्रय उपरान्त सेवाओं सम्बन्धी कार्य करना।

भारत में निर्यात औपचारिकतायें में

विदेशी व्यापार के सन्दर्भ में माल के जहाज पर लदान से पूर्व तथा लदान के पश्चात् कई औपचारिकताओं को पूरा करना पड़ता है। उदाहरण के लिए—

- 1 निर्यातक अपनी वस्तु के बारे में आयातक को चाही गई सूचनायें देता है। वह आयातक के बारे में सम्पूर्ण जानकारी प्राप्त करता है।

2 एक भारतीय निर्यातक निम्न अधिकारियों तथा सस्थाओं से आयातकों के बारे में जानकारी प्राप्त कर सकता है।

- (i) निर्यात सर्वोद्वेग परिषद—जिनकी सख्या 16 है तथा जो 16 विभिन्न वस्तुओं/वस्तु समूहों के लिए है।
- (ii) चाय, काफी, रबड़, इलायची, तम्बाकू, सिल्क के लिए बने वस्तु मण्डल।
- (iii) भारतीय वाणिज्यिक सूचना एवं समक विभाग।
- (iv) विदेशी राष्ट्रों के भारत में दूतावास।
- (v) विदेशी राष्ट्रों में भारतीय दूतावास।
- (vi) राजकीय उपक्रम—जिनकी सख्या 13 है। विशेषतया भारतीय राज्य व्यापार निगम।
- (vii) व्यापार विकास प्राधिकरण भारतीय निर्यात सगठन सघ भारतीय व्यापार मेला अधिकरण
- (viii) वाणिज्य बैंक तथा भारतीय रिजर्व बैंक।
- (ix) फेडरेशन ऑफ इण्डियन चेम्बर ऑफ कॉमर्स एण्ड इण्डस्ट्री, विभिन्न राज्यों के वाणिज्यिक चेम्बर तथा व्यापारिक पार्षद।
- (x) विदेशी वाणिज्यिक चेम्बर जिसमें अन्तर्राष्ट्रीय वाणिज्यिक चेम्बर भी सम्मिलित है।
- (xi) विभिन्न सगठनों द्वारा प्रकाशित सामग्री, जर्नल पत्रिकाएँ आदि।

3. आयातक व्यापारी निर्यातक व्यापार से माल के सम्बन्ध में पूछताछ करता है। इस सम्बन्ध में निर्यातक द्वारा आयातक को निम्न शर्तें लिखनी चाहिए—

- (i) मूल्य के सम्बन्ध में—जहाजी—लदाई मुक्त बीमा व्यय मुक्त जहाजी भाड़ा मुक्त सर्व—व्यय मुक्त आदि।
- (ii) आदेश की पुष्टि पर निर्यातक द्वारा कितने समय पश्चात् माल भेजा जायेगा।
- (iii) भुगतान की विधि क्या रहेगी जैसे प्रलेखीय साख आदि।

(iv) पैकिंग के सम्बन्ध में निर्देश।

(v) कमीशन तथा छूट के सम्बन्ध।

(vi) पंच-निर्णय का निर्धारण।

(vii) अन्य सूचनायें।

4. यदि आयातक उपरोक्त मूल्य उद्धरण पत्र^{*1} से सन्तुष्ट है तो उसके द्वारा आदेश दे दिया जायेगा, जिसकी स्वीकृत निर्यातक द्वारा दे दी जायेगी।
5. इसके पश्चात् भारतीय निर्यातकों को रिजर्व बैंक से सांकेतिक संख्या लेनी पड़ती है। इसकी आवश्यकता विदेशी विनिमय नियन्त्रण के अन्तर्गत होती है।
6. इसके पश्चात् निर्यातक पैकिंग साख की व्यवस्था करता है ताकि आदेशित माल एकत्रित किया जा सके।
7. जैसे ही प्रेषण के लिए माल तैयार हो जाये, निर्यातक को निर्यात निरीक्षण एजेन्सी से निरीक्षण प्रमाण पत्र के लिए सम्पर्क स्थापित करना चाहिए यदि उसका माल किस्म नियन्त्रण और लदान से पूर्व निरीक्षण नियमों के अन्तर्गत आता है।
8. निर्यातक या प्रेषक एजेन्ट सीमा शुल्क कार्यालय के अधिकारियों से माल को निर्यात करने की आज्ञा प्राप्त करने के लिए आवेदन-पत्र देता है। इस आवेदन-पत्र में माल का पूर्ण विवरण होता है। इस प्रकार की अनुमति प्राप्त करना इसलिए अनिवार्य होता है कि यह ध्यान रखा जा सके कि जिस माल के निर्यात पर प्रतिबन्ध लगा हो वह बाहर न जा सके। इसके पश्चात् निर्यातक जहाजी बिल तथा अन्य प्रलेख तैयार करता है जिनकी आवश्यकता कस्टम अधिकारियों को होती है।
9. कस्टम का परमिट मिल जान के बाद निर्यातक या प्रेषक एजेन्ट जहाज की व्यवस्था करता है तथा जहाजी आज्ञा पत्र प्राप्त करता है। इस आज्ञा पत्र के देखने के बाद ही माल जहाज पर लादने की अनुमति दी जाती है।

10 निर्यातक द्वारा निम्न निर्यात प्रलेख प्राप्त किये जाते हैं

- (i) रिजर्व बैंक से साकेतिक सख्या
- (ii) व्यापारिक बीजक
- (iii) जीआर-I फार्म
- (iv) मूल स्थान का प्रमाण-पत्र।
- (v) बीमा पॉलिसी
- (vi) जहाजी बिल।
- (vii) मेट की रसीद/जहाजी बिल्टी।
- (viii) साख-पत्र।
- (ix) निर्यात निरीक्षण एजेन्सी का प्रमाण-पत्र
- (x) अन्य प्रलेख जिनकी आवश्यकता नियमों के अन्तर्गत पड़ती हो।

11 उपरोक्त सभी औपचारिकताओं की पूर्ति के पश्चात् माल का लदान आयातक को कर दिया जाता है तथा निर्यातक या प्रेषण एजेंट द्वारा समस्त प्रलेख विभिन्न अधिकारियों से प्राप्त कर लिए जाते हैं।

12 सब कार्य सम्पन्न हो जाने पर प्रेषक एजेंट अपने द्वारा किये गये खर्चों का एक बिल तैयार करता है और उसमें अपना कमीशन भी जोड़ देता है। इस बिल को जहाजी बिल्टी की प्रतियों, जहाजी बिल की दो प्रतियों, डाक चालान तथा बीमा पत्र के साथ निर्यातक को भेजती है। निर्यातक इन सब प्रलेखों को प्राप्त करने पर प्रेषक एजेंट को बिल चुका देता है।

13 इसके पश्चात् निर्यातक भेजे गये माल का बीजक तैयार करता है।

14 निर्यातक बैंक को सम्बन्धित प्रलेख सौंपने के साथ-साथ तुरन्त आयातक को इस बात की सूचना दे देता है कि माल रवाना कर दिया गया है और अधिकार सम्बन्धी प्रलेख बैंक द्वारा भेजे जा रहे हैं। साथ ही जानकारी के लिए बीजक की एक प्रति भी भेज दी जाती है। सूचना प्राप्त करते ही आयातक बैंक से माल सम्बन्धी प्रलेख आदि छुड़ाकर माल प्राप्त करने की व्यवस्था करता है।

15 निर्यातक को सम्बन्धित वस्तु—मण्डल तथा निर्यात सवर्द्धन समिति व अन्य अधिकारियों के साथ पजीयन करा लेना चाहिए, जिनके द्वारा उस की सुविधाये व सेवाये प्राप्त होती है।

16 निर्यातक को आयात पुन पूर्ति*¹ नकद सहायता*² तथा चुगी की वापसी*³ से सम्बन्धित औपचारिकताओं को पूरा कर लेना चाहिए।

भारतीय उत्पादक एव पैकेजिंग

बहुत से मामलो मे यह देखा गया है कि भारतीय माल, अच्छे किस्म का होते हुए भी विदेशी बाजारो पर घटिया पैकिंग के कारण अधिक प्रभाव नही डालते हैं। अत जहाँ तक भारतीय उत्पादको के पैकेजिंग का प्रश्न है, उन्हे तो अभी अपनी बिगडी हुई छवि को सुधारना व उसके बाद उसे उन्नत करना है। हमारे देश मे पैकेजिंग के स्तर को सुधारने के लिए “भारतीय पैकेजिंग सस्थान” की स्थापना की गयी है। यह सस्थान पैकिजिंग के क्षेत्र मे विश्व स्तर पर होने वाले प्रयोगो और ज्ञान वृद्धि से भारतीय उद्योगो को परिचित रखने हेतु “एशियन फैडरेशन” तथा “वर्ड पैकेजिंग आरगेनाइजेशन” का सक्रिय सदस्य है। अत भारतीय उत्पादको/निर्यातको को चाहिए कि वे विदेशी बाजारो मे अपने उत्पादो का विक्रय करते समय इस सस्थान द्वारा उपलब्ध कराये गये पैकेजिंग के स्तरों का उपयोग करे।

निर्यात मूल्य

निर्यात विपणन के क्षेत्र मे मूल्य निर्धारित का कार्य अधिक जटिल है, क्योंकि इसके निर्णय मे आन्तरिक मूल्य निर्धारण के अतिरिक्त भी अनेक प्रकार की समस्याएँ जुडी होती है।

भारतीय निर्यातक—अधिकाँश भारतीय निर्यातक निर्यात कीमते नीचे स्तर पर रखते हैं। चीनी आदि वस्तुओं के निर्यात मे इनका मूल्य आन्तरिक बाजारो मे प्रचलित मूल्यों से काफी कम रखा जाता है। इन्जीनियरिंग वस्तुएँ समान मूल्य पर ही सामान्यतः विक्रय की जाती है। किन्तु दस्तकारी का माल, कलात्मक वस्तुओं का फैशन सम्बन्धित वस्तुओं की कीमतें आन्तरिक मूल्यों से काफी ऊँची रखी जाती हैं।

*1. Import Replenishment

*2. Cash Assistance

*3. Customs Draw Back

7.2 निर्यात विपणन एवं भारतीय फर्म

निर्यात विपणन के लिए अनेक आकर्षण होने के उपरान्त भी भारतीय सन्दर्भ में कहा जा सकता है, कि अधिकांश फर्म इस ओर उदासीनता का रवैया अपनाये हुए हैं। भारतीय फर्मों ने निर्यात विपणन अन्तर्भूत की अभीप्सा से जाग्रत होकर नहीं, बल्कि सरकारी अनिवार्यता एवं बाध्यता के कारण किया है। यह बात बिल्कुल गवारा है, कि बाद में निर्यात में पौबारह होने पर उन्होंने जड़े पकड़ ली हो। अनेक क्षेत्रों में उत्पादन का अनुज्ञापत्र देते समय सरकार यह शर्त लगा देती है, कि कुल उत्पादन का अमुक भाग निर्यात किया जायेगा। प्रश्न यह है, कि इस स्थिति के कारण क्या हैं, इसके लिए जिम्मेदार कारणों का वर्गीकरण निम्नलिखित शीर्षकों में किया जा सकता है—

(1) सुरक्षित आन्तरिक बाजार—भारतीय सन्दर्भ में यह पूर्णतया सही है, अनेक वस्तुओं जिसमें मुख्य रूप से उपभोक्ता व कुछ औद्योगिक वस्तुएँ हैं, जिनका असीमित बाजार इस देश में उपलब्ध है। जब यही चीज़ें नहीं मिलती हैं, तो उपभोक्ता मनमाने मूल्य देने को तैयार रहता है। कई वस्तुओं की हमेशा ही कमी चलती रहती हो, तो किसे निर्यात विपणन के लिए पड़ी है व क्यों ग्राहक ही एक सरदर मोल लेना चाहेंगे।

(2) कम प्रतिफल की प्राप्ति—निर्यात के कारण अनेक प्रकार के व्यय भी वस्तु के मूल्य में जुड़ जाते हैं। इससे आन्तरिक बाजारों की तुलना में निर्यात बाजार के मूल्य ऊँचे होते हैं। इससे उन्हें आन्तरिक बाजारों की तुलना में कम प्रतिफल भी प्राप्त होता है, इस कारण भी भारतीय फर्म अनिच्छुक रहती हैं।

(3) प्रतियोगिता—आन्तरिक बाजारों की तुलना में विदेशी बाजारों में अत्यधिक प्रतियोगिता है। भारतीय व्यवसायी अपने आप को अन्तर्राष्ट्रीय बाजारों में विपणन कर रहे बहुराष्ट्रीय नियमों आदि की प्रतिस्पर्धा में खड़े रहने या खड़े होने की क्षमता नहीं रखते। प्रतियोगिता से लाभों में भी कमी हो जाती है।

(4) वित्तीय क्षमता का सुदृढ़ न होना—निर्यात व अन्तर्राष्ट्रीय विपणन में कार्यरत बड़ी कम्पनियों व बहुराष्ट्रीय निगमों की तुलना में भारतीय फर्मों की वित्तीय स्थिति तुलनात्मक रूप से बहुत कमजोर है। अतः विदेशी बाजारों के अनुरूप उत्पाद नियोजन उदार विक्रय नीतियों का अपनाने में भारतीय फर्म असमर्थ हैं, जबकि इसके लिए भारतीय फर्मों के पास उचित वित्तीय साधन नहीं हैं।

(5) जोखिम व साहस तत्त्व का प्रभाव—निर्यात बाजारों में अनेक प्रकार की अनिश्चितताएँ होती हैं। आर्थिक, राजनैतिक, व्यापारिक अनेक प्रकार की जोखिमों में विदेशी व्यापार में है। न जाने कब सम्बन्धित देश की सरकार अपने वैधानिक प्रावधानों में परिवर्तन कर दे। भारतीय व्यवसायियों में इस अनिश्चितता व जोखिम को वहन करने की क्षमता अपेक्षित कम है।

(6) उपयुक्त गतिशीलता का प्रभाव—आन्तरिक बाजारों के उपभोक्ताओं की तुलना में निर्यात बाजार के उपभोक्ताओं की आदतों, क्रय व्यवहारों, पसंदगियों, रुचियों आदि में शीघ्र परिवर्तन होते रहते हैं। इन परिवर्तनों के अनुरूप अपने को शीघ्र ढालने के लिए उत्तम गतिशीलता की आवश्यकता होती है। प्रतियोगी अवसरों की तलाश में रहते हैं। ऐसी गतिशीलता भारतीय फर्मों में नहीं है।

उपरोक्त कारणों से भारतीय फर्म निर्यात विपणन की ओर उदासीन रहती हैं। लेकिन अनेक ऐसी कम्पनियाँ भी हैं, जिन्होंने मन्दी से बचने के लिए पहले ही अपने उत्पादनों के लाभप्रद विपणन अवसर निर्यात बाजारों में सृजित किए हैं। भारतीय फर्मों को इस ओर उदासीनता का रुख छोड़कर, सरकार द्वारा प्रदत्त निर्यात सुविधाओं का उपयोग करने हेतु दीर्घकालिक निर्यात नीति बनानी चाहिए, जिससे न केवल वे अपने लाभों को बढ़ा सकें, वरन् राष्ट्रीय अर्थ-व्यवस्था एवं विकास को ठोस आधार प्रदान करने में भी योगदान दे सकें।

7.3 भुगतान शेष की समस्या

संकल्पना

व्यापार शेष^{*1} का सम्बन्ध किसी देश द्वारा विश्व के अन्य देशों के साथ दृश्य मदों के आयात और निर्यात के लेखे जोखे से है। यह घाटे, अतिरेक^{*2} अथवा साम्य^{*3} किसी भी स्थिति में हो सकता है। भुगतान-शेष^{*4} व्यापार शेष से अधिक व्यापक अवधारणा है। इसके दो भाग होते हैं। चालू खाता^{*5} और पूँजी खाता^{*6} व्यापार शेष में अदृश्य मदों (बीमा, परिवहन, पर्यटन, उपहार तथा अन्य सेवाएँ) की लेनदारियों^{*7} और देनदारियों^{*8} को जोड़ कर चालू खाता का लेखा प्राप्त

*1. Balance of trade

*3. Balance

*5. Current account

*7. Receipts

*2. Surplus

*4. Balance of Payments

*6. Capital account

*8. Payments

होता है। पूँजी खाते में पूँजीगत भुगतान और प्राप्तियों का लेखा जोखा होता है। इसमें ऋणों की प्राप्तियाँ और अदायगियाँ, करेसी, स्वर्ण हस्तान्तरण आदि शामिल होते हैं। जब चालू खाते में प्राप्तियाँ और भुगतान तथा पूँजी खाते में प्राप्तियाँ और भुगतान बराबर नहीं होते हैं, तो भुगतान शेष में असन्तुलन की स्थिति हो जाती है। इस असन्तुलन को दूर करने के लिये पूँजी खाते में उतनी ही राशि की प्राप्तियाँ, समायोजन के लिये की जाती हैं। यदि भुगतान शेष में अतिरेक होता है तो उतनी ही राशि का भुगतान किया जाता है।

इस प्रकार भुगतान सन्तुलन सदैव साम्य की स्थिति में रहता है लेकिन महत्वपूर्ण बात यह है कि यह साम्य किस प्रकार प्राप्त किया गया है। यदि भुगतान सन्तुलन सहज ढंग से साम्य की स्थिति में है अर्थात् चालू खाते और पूँजी खाते के भुगतान और प्राप्तियों में सहज ही साम्य है, तब चिन्ता की बात नहीं होती है। यदि चालू खाते में भुगतान प्राप्तियों से अधिक होते हैं और भुगतान शेष में साम्य के लिए विदेशों से ऋण लेना पड़ता है अथवा विदेशी विनिमय कोष से विदेशी मुद्राओं के व्यय करना पड़ता है, तब स्थिति चिन्ताजनक हो जाती है।

समस्या

भारत के भुगतान शेष की प्रतिकूल स्थिति के दो प्रमुख कारक रहे हैं—आयातों में तीव्र वृद्धि तथा निर्यात की धीमी सवृद्धि दर।

भारत में आर्थिक आयोजन की प्रक्रिया आरम्भ होने के बाद आयातों में तीव्र वृद्धि हुई। आयातों में यह वृद्धि निम्नलिखित क्षेत्रों में हुई—

- (i) पूँजीगत वस्तुओं, मशीनरी तथा सभी प्रकार के उपकरण
- (ii) उद्योगों के लिये कच्चा माल
- (iii) खाद्यान्न संकट के वर्षों में खाद्यान्न का आयात
- (iv) तकनीकी तथा अन्य सेवाएँ

भारत में आर्थिक विकास की जो नीति अपनायी गयी थी उसमें इन वस्तुओं का आयात आवश्यक था। लेकिन इन आयातों की वृद्धि-दर की तुलना में निर्यातों की वृद्धि-दर कम रही, भारतीय अर्थव्यवस्था की अल्प-विकसित अवस्था जिसका एक महत्वपूर्ण कारण था। इसके अन्य कारण थे—

- (i) आरम्भिक वर्षों में भारतीय निर्यातों में कृषि उत्पादों की प्रधानता थी। क्योंकि इन वस्तुओं की माग बेलोचदार*¹ होती है अतः इनका निर्यात तेजी से बढ़ना संभव नहीं था।
- (ii) किसी भी विकासशील देश में निर्यातों के लिये अतिरिक्त का प्रायः अभाव रहता है और विश्व में माग होने पर भी वे लाभ नहीं उठा पाते हैं।
- (iii) देशी उत्पाद अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर प्रतिस्पर्धा में पिछड़ गए जिसका निर्यातों पर प्रभाव पड़ा।
- (vi) विकसित देश, विदेशी व्यापार के क्षेत्र में कई प्रकार की नीतियाँ अपनाते हैं जिनका विकासशील देशों के निर्यात पर बुरा प्रभाव पड़ता है। भारतीय निर्यातों को भी इन स्थितियों का सामना करना पड़ता है।

इन समस्याओं से निपटने के लिये कारगर आयात नीति*² और निर्यात नीति*³ की आवश्यकता होती है। जिसे सम्मिलित रूप से व्यापार नीति*⁴ कहा जाता है।

7.1 भारत की व्यापार नीति

किसी भी देश की भुगतान-शेष की समस्या से निपटने में आयात नीति तथा निर्यात नीति की अहम् भूमिका होती है। लेकिन इन नीतियों की सफलता के लिये आवश्यक है कि दोनों नीतियों में समन्वय स्थापित किया जाय और व्यापार की एक एकीकृत नीति*⁵ अपनायी जाय।

आयात नीति

स्वतंत्रता के तुरन्त बाद भारत में वस्तुओं की काफी कमी हो गई थी जिससे निपटने के लिये उदार आयात नीति का सहारा लिया गया। इस नीति के भुगतान-शेष होने वाले प्रभाव को देखते हुए 1949 में भारतीय मुद्रा का अवमूल्यन*⁶ कर दिया गया। प्रथम पंचवर्षीय योजना में भी इसी नीति का पालन किया गया। इस अवधि में भुगतान-शेष की स्थिति अपेक्षाकृत नियन्त्रण में थी।

*1. Inelastic

*3. Export Policy

*5. Integrated Policy

*2 Import Policy

*4. Trade Policy

*6. Devaluation

दूसरी पंचवर्षीय योजना में व्यापक औद्योगीकरण कार्यक्रम आरम्भ किये गये जिससे आयातों में भारी वृद्धि हुई तथा भुगतान-शेष की स्थिति जटिल हो गई। इन स्थितियों का सामना करने के लिये दो नीतियों को अपनाया गया जो दीर्घ-काल तक भारतीय आयात नीति का आधार बनी रही। ये दो नीतियाँ थी— (i) आयात प्रतिबन्ध*¹ और आयात प्रतिस्थापन*²

आयात प्रतिबन्ध

1956-57 से भारत में कठोर आयात प्रतिबन्धों का आरम्भ हुआ जिसके अन्तर्गत गैर-आवश्यक आयातों पर कड़े प्रतिबन्ध लागू किये गये। आयातों को उनकी उपयोगिता के अनुसार कई श्रेणियों में बाटा गया—पूर्णतया प्रतिबन्धित जिसमें गैर-आवश्यक आयात आते थे, सरकारी एजेंसियों के माध्यम से आयात किए जाने वाली वस्तुएँ*³ तथा खुले सामान्य लाइसेंस*⁴ वाले आयात। इन प्रतिबन्धों का उद्देश्य आर्थिक विकास के लिये आवश्यक आयातों के लिये विदेशी मुद्रा की बचत करना था। 1966 में रुपये के अवमूल्यन के कारण उत्पन्न अनुकूल स्थिति, हरित क्रान्ति के बाद कृषि क्षेत्र की आवश्यकता की वस्तुओं की माग तथा निर्यात के लिये और आवश्यक घरेलू उपभोग की वस्तुओं की उत्पादन करने वाले उद्योगों की कच्चे माल की आवश्यकता के कारण आयात में छूटे प्रदान करने की नीति अपनायी गयी।

आयात प्रतिस्थापन

भारत में आयात प्रतिस्थापन*⁵ नीति के दो उद्देश्य रहे हैं—(i) आवश्यक व महत्वपूर्ण वस्तुओं के आयात के लिये विदेशी मुद्रा की बचत करना तथा (ii) अधिक से अधिक वस्तुओं के उत्पादन में आत्मनिर्भरता प्राप्त करना। इस नीति के तीन चरण रहे हैं— पहले चरण में आयात प्रतिस्थापन मुख्य रूप से उपभोक्ता वस्तुओं तक सीमित था। दूसरे चरण में पूँजीगत वस्तुओं के घरेलू उत्पादन पर जोर दिया गया। तीसरे और अन्तिम चरण में घरेलू प्रौद्योगिकी को आयात प्रौद्योगिकी के स्थान पर प्रतिस्थापित करने की योजना बनाई गई।

*1. import restriction

*2. Import substitution

*3. canalised items

*4. Open General License

*5. Import Substitution

इन नीतियों का भारतीय आयातों की संरचना पर प्रभाव पड़ा और उसमें महत्वपूर्ण परिवर्तन हुआ। यदि भारतीय आयातों की संरचना में हुए परिवर्तन को देखें तो आयात प्रतिस्थापन का प्रथम चरण पूरा कर लिया गया है तथा दूसरे चरण में काफी प्रगति हो चुकी है तथा तीसरे चरण में प्रवेश कर चुके हैं। इस प्रकार आयात प्रतिस्थापन नीति को आशातीत सफलता मिली है।

आयात उदारतावाद

1977-78 तक आयात प्रतिबंधों और आयात प्रतिस्थापन की नीति अपनाने के बाद भारत में आयात उदारतावाद का युग आरम्भ होता है। इस नीति के प्रतिस्थापन में तीन समितियों अलेक्जेंडर समिति (1978), टंडन समिति (1982) तथा हुसैन समिति (1982) की महत्वपूर्ण भूमिका रही। इन समितियों ने आयात प्रतिबन्धात्मक और आयात प्रतिस्थापनात्मक नीतियों के स्थान पर आयात उदारीकरण और निर्यात प्रोत्साहन^{*1} की नीतियों का समर्थन किया। इसके बाद विभिन्न आयात-निर्यात नीतियों में आयात उदारतावाद का क्रमिक विकास देखने को मिलता है।

1985 के बाद से ये नीतियाँ अधिक स्पष्ट हो गयीं जिनके अन्तर्गत निम्नलिखित कदम उठाए गए—

- 1 पूँजीगत वस्तुओं के आयात के लिये लाइसेंसिंग शर्तों को आसान किया गया तथा कुछ वस्तुओं को खुले सामान्य लाइसेंस^{*2} के अन्तर्गत लाया गया।
- 2 कच्चे माल की बहुत सी वस्तुओं को आयात सम्बन्धी छूटे प्रदान की गयीं। 1990-92 की नीति से 870 वस्तुओं को^{*3} सूची में शामिल किया गया।
- 3 पंजीकृत निर्यातकों को सुविधाएँ प्रदान की गयीं तथा आयात नीति को निर्यात-मुख^{*4} बनाने के प्रयास किए गए। इस नीति के अन्तर्गत पंजीकृत निर्यातक नीति^{*5} के अन्तर्गत लाइसेंसों में लचीलापन लाया गया। इन लाइसेंसों के अन्तर्गत कच्चे माल, कल पुर्जे तथा पूँजीगत

*1. Export promotion

*2. Open general license

*3. OGL

*4. Export oriented

*5. Registered Exporters Policy-REP

वस्तुओं को आयात सुविधाएँ प्रदान की गयी^{*1}। लाइसेंसों का हस्तांतरणीय^{*2} बनाया गया। 1990-92 में लाइसेंसों को लचीला बनाने के उद्देश्य से आयात-निर्यात पास-बुक योजना के स्थान पर बहुव्यापी अग्रिम लाइसेंस योजना^{*3} आरम्भ की गई।

4 निर्यातकों को निर्यात गृह, व्यापार गृह तथा स्टार व्यापार गृह का दर्जा दिया गया तथा उन्हें आयातों से सम्बन्धित विभिन्न प्रकार की छूटें प्रदान की गयी।

5 आवश्यक प्रौद्योगिकी के आयात में भी उदार नीति अपनायी गयी। तकनीकों में सुधार के लिये एक तकनीकी विकास फंड^{*4} स्थापित किया गया।

निर्यात नीति

भारत सरकार की निर्यात नीति^{*5} को कई चरणों में बाटा जा सकता है। 1952 से 1956 तक की अवधि में निर्यात की ओर ध्यान नहीं दिया गया जिसके परिणामस्वरूप परम्परागत निर्यातों में कमी आती गई और गैर-परम्परागत निर्यातों में कोई वृद्धि नहीं हुई। निर्यात नियन्त्रण, घरेलू मांग में वृद्धि तथा निर्यातों पर उँची दर पर शुल्क इस अवधि में निम्न स्तर के निर्यात के महत्वपूर्ण कारण हैं।

1966 में रुपये के अवमूल्यन के बाद, यह धारणा बनी कि इससे निर्यातों में स्वतः वृद्धि होगी तथा जो कुछ निर्यात रियायतें^{*6} दी जा रही थी, उन्हें भी कम कर दिया गया। किन्तु इससे निर्यात में वृद्धि पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ा और निर्यात रियायतों को शीघ्र ही पुनः लागू करना पड़ा। यह स्थिति 1993 तक चली।

1973 में तेल संकट के बाद इस विषय में नए सिरे से पुनर्विचार हुआ और यह माना गया कि केवल आयात प्रतिस्थापन से भुगतान-शेष की समस्या का समाधान नहीं हो सकता है। इसके लिये निर्यात संवर्द्धन^{*7} की नीतियाँ लागू करने की आवश्यकता है। अतः निर्यातों को

*1 REP

*3. Blanket Advance License Scheme

*5. Export Policy

*7. Export promotion

*2. transferable

*4. Technical Development Fund

*6. Export subsidies

व्यापार नीति में उच्च प्राथमिकता दी गई। लगभग दस वर्षों तक की इस अवधि में निर्यातों में काफी वृद्धि हुई जिसके घरेलू तथा अन्तर्राष्ट्रीय कारण भी थे। इस अवधि में मुद्रास्फीति नियन्त्रण में रही तथा रुपये की मौद्रिक प्रभावी विनिमय दर*¹ में गिरावट आई। इन दोनों के परिणाम स्वरूप वास्तविक प्रभावी विनिमय दर*² में कमी हुई जिसका लाभ निर्यात के क्षेत्र में मिला। अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर विश्व व्यापार में तेजी आई, प्राथमिक वस्तुओं की कीमतों में वृद्धि के कारण प्रति इकाई निर्यात मूल्य में वृद्धि हुई तथा तेल निर्यातक देशों में भारतीय वस्तुओं को नए बाजार मिले। इस प्रकार, घरेलू तथा अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर अनुकूल परिस्थितियों के कारण लगभग एक दशक की अवधि में निर्यातों की सवृद्धि दर में वृद्धि हुई।

बाद के वर्षों में परिस्थितियाँ बदली तथा निर्यात सवर्द्धन नीतियाँ अपना प्रभाव जारी नहीं रख सकी जिसका प्रमुख कारण इन नीतियों तथा देश की सामान्य आर्थिक नीतियों में समन्वय का अभाव था। इन अनुभवों के आधार पर निर्यात नीति में महत्वपूर्ण परिवर्तन किये गए तथा निर्यात के लिए छूटों व प्रोत्साहनों के अतिरिक्त निर्यात नीति और देश की औद्योगिक तथा विकास नीति के मध्य समन्वय स्थापित करने के प्रयास किये गये। अब निर्यात नीति को समग्र आर्थिक विकास नीति का हिस्सा माना गया है।

कुछ निर्यात प्रोत्साहन नीतियाँ

1. नकद मुआवजा सहायता*³ – यह योजना 1966 में लागू की गई। इसके अन्तर्गत निर्यातकों को उन निर्यातक आगतों पर 'कर' के बदले नकद मुआवजा दिया जाता था जिसकी वापसी 'शुल्क वापसी की व्यवस्था' के अन्तर्गत नहीं हो पाती थी। इस योजना में नकद मुआवजा सहायता की दरें अलग-अलग निर्यातकों तथा अलग-अलग वस्तुओं के लिए अलग-अलग होती थी।

2. शुल्क वापसी की व्यवस्था – इस योजना के अन्तर्गत निर्यात उत्पादन में प्रयोग होने वाले आयातित आगतों*⁴ तथा मध्यवर्ती वस्तुओं पर वसूल किए गए शुल्क निर्यातकों को वापस कर दिये जाते थे। इसी योजना के अन्तर्गत निर्यात उत्पादन के लिए प्रयुक्त घरेलू आगतों

*1. Nominal Effective Exchange Rate

*2. Real Effective Exchange Rate

*3. Cash Compensatory

*4. Inputs

*5. excise duties

पर वसूल किए गए उत्पाद शुल्क*⁵ को भी वापस कर दिया जाता था।

इन दोनों योजनाओं का उद्देश्य, निर्यात की जाने वाली वस्तुओं की उत्पादन लागत को कम करना था जिससे उनकी विश्व बाजार में प्रतिस्पर्धात्मक शक्ति पर प्रतिकूल प्रभाव न पड़े।

3. आयात पुनः पूर्ति योजना— 1957 में निर्यातकों को उनके निर्यात के अनुपात में आयात लाइसेंस देने की योजना चलायी गई थी जिसे आयात हकदारी योजना*¹ कहा जाता था। 1966 में इसे समाप्त कर दिया गया था। कुछ समय बाद इस योजना को आयात पुनः पूर्ति योजना*² के नाम से पुनः आरम्भ किया गया। आयात पुनः पूर्ति योजना के अन्तर्गत लाइसेंस निर्यातों के मूल्यों से सम्बन्धित थे और निर्यातकों को यह सुविधा प्रदान करते थे कि वे उन आगतों*³ का आयात कर सकें जो देश में उपलब्ध नहीं हैं।

4. निर्यात प्रोसेसिंग क्षेत्र— भारत में सात निर्यात प्रोसेसिंग क्षेत्रों की स्थापना की गई है जो कान्दला, सांताक्रुज, फाल्टा, नोएडा, कोचीन, मद्रास तथा विशाखपटनम में स्थित हैं। इसका उद्देश्य निर्यात को प्रोत्साहित करना है। इन क्षेत्रों में निर्यात उत्पादन के लिए मुक्त व्यापार का वातावरण प्रदान किया जाता है जिससे भारतीय वस्तुएँ अन्तर्राष्ट्रीय बाजारों में प्रतिस्पर्धा करने में सफल हो सकें।

5. 100 प्रतिशत निर्यात उन्मुख इकाइयों— यह योजना 1980 में आरम्भ की गई। इसके अन्तर्गत निर्यात इकाइयों को सामान्य लाइसेंसिंग विधियों, एकाधिकारी प्रतिबन्धक व्यवहार अधिनियम तथा विदेशी विनिमय नियमन अधिनियम की धाराओं में छूट की व्यवस्था है। इन इकाइयों के पूरे उत्पादन को निर्यात किया जाता है।

6. ब्लैकट विनिमय परमिट योजना— यह योजना 1987 में लागू की गई। इसके अन्तर्गत निर्यातकों को यह छूट दी गई थी कि वे निर्यातों द्वारा कमाई गई विदेशी मुद्रा के 5 से 10 प्रतिशत तक का प्रयोग स्वेच्छा से निर्यात संवर्द्धन गतिविधियों में कर सकते हैं। इस योजना का उद्देश्य निर्यात संवर्द्धन के प्रयासों में गति लाना तथा निर्यात संवर्द्धन गतिविधियों में

*1. Import Entitlement Scheme

*2. Import Replenishment Scheme

*3. inputs

*4. flexibility

लोचशीलता*⁴ लाना था।

व्यापार नीति में परिवर्तन

1991 के आर्थिक उदारीकरण के फलस्वरूप व्यापार नीति में भी महत्वपूर्ण परिवर्तन किये गये हैं जिनमें से कुछ महत्वपूर्ण परिवर्तन निम्नलिखित हैं—

- 1 नकद मुआवजा सहायता को समाप्त कर दिया गया है।
2. आयात की कार्यप्रणाली को सरल किया गया है। आयातों के लिए अब केवल दो लाइसेंस हैं— अग्रिम लाइसेंस*¹ और विशेष आयात लाइसेंस*² शेष लाइसेंसों को समाप्त कर दिया है।
- 3 अग्रिम लाइसेंस प्रणाली को मजबूत बनाया गया है। नई इकाइयों तथा विस्तार अधीन इकाइयों को पूंजीगत तथा अन्य आयातों के लिए लाइसेंस प्रदान करने की व्यवस्था की गई है। नकरात्मक सूची*³ को लगातार छोटा किया जा रहा है।
- 4 केवल सरकारी एजेंसियों के माध्यम से आयात और निर्यात की जाने वाली वस्तुओं की संख्या को बहुत घटा दिया गया है। इसमें अब केवल आठ वस्तुएँ—पेट्रोलियम उत्पाद, उर्वरक, खाद्य तेल, अनाज आदि शामिल हैं।
- 5 निर्यात उन्मुख इकाइयों तथा निर्यात प्रोसेसिंग क्षेत्र की और अधिक सुविधाएँ प्रदान की गई हैं।
- 6 निर्यात गृहों तथा व्यापार गृहों को कई मदों में आयात की अनुमति दी गई है। 51 प्रतिशत विदेशी इक्विटी के साथ व्यापार गृहों की स्थापना की भी अनुमति दी गई है।
- 7 सीमा शुल्को*⁴ में भारी कटौती की गई है। 1992-93 तक शुल्क की अधिकतम दर 110 प्रतिशत की जिसे 1997-98 तक कई चरणों में घटाकर 40 प्रतिशत कर दिया गया है।

*1. Advance licence

*2. Special Import licence

*3 Negative List

*4. Custom duties

आयात-निर्यात नीति, 1997-2002

यह नीति नौवी योजना की अवधि के लिए घोषित की गयी है। इस नीति के मुख्य उद्देश्य निम्नलिखित हैं—

- (i) बढ़ते हुए विश्व बाजार से लाभ उठाने के लिए देश की अर्थव्यवस्था में आवश्यक परिवर्तन व गत्यात्मकता लाना
- (ii) आवश्यक कच्चा माल, मध्यवर्ती वस्तुओं, कल-पुर्जों, उपभोग व पूँजीगत वस्तुओं की उपलब्धि सुनिश्चित करना ताकि उत्पादन को बढ़ाकर सृद्धि की प्रक्रिया को तेज किया जा सके
- (iii) भारतीय कृषि, उद्योग व तकनीकी सेवाओं की तकनीकी क्षमता व दक्षता में वृद्धि लाकर उनकी प्रतिस्पर्धात्मक शक्ति में वृद्धि लाना नए रोजगार अवसर पैदा करना तथा विश्व-मान्य क्वालिटी उत्पादों के उत्पादन को उत्साहित करना,
- (iv) उपभोक्ताओं को उचित कीमतों पर अच्छी किस्म की वस्तुएँ उपलब्ध कराना।

इस नीति की महत्वपूर्ण बातें निम्नलिखित हैं—

- (i) प्रतिबन्धित सूची^{*1} को छोटा कर दिया गया है। सरकार ने 542 मदों को आयात के प्रतिबन्धों से मुक्त कर दिया गया है। इनमें 150 मदों का आयात विशेष लाइसेंस के माध्यम से किया जा सकेगा। 60 मदों को विशेष आयात लाइसेंस की श्रेणी से हटाकर खुले सामान्य लाइसेंस वर्ग में रखा गया है।
- (ii) पूँजीगत वस्तुओं की निर्यात प्रोत्साहन योजना^{*2} में संशोधन किये गये हैं। पूँजीगत वस्तुओं पर आयात शुल्क 15 प्रतिशत से कम करके 10 प्रतिशत कर दिया गया है।
- (iii) बैल्यु बेस्ट एडवांस लाइसेंस^{*3} तथा पुरानी पास-बुक योजनाओं के स्थान पर एक नई ड्यूटी इन्टाइटलमेन्ट पास-बुक^{*4} योजना आरम्भ की गयी है। इस योजना के अन्तर्गत,

*1. restricted list

*2. Value Based Advance Licence

*3. Export Promotion Capital Goods Scheme

*4. Duty Entitlement Pass Book

पिछले तीन वर्षों में किये गये औसत निर्यात मूल्य के 5 प्रतिशत के बराबर आयात करने की छूट दी गयी है।

- (iv) कृषि व सम्बद्ध क्षेत्रों की निर्यात उन्मुख इकाइयों को 50 प्रतिशत तक उत्पादन घरेलू बाजार में बेचने की अनुमति दी गयी है। इसी प्रकार, सॉफ्टवेयर और हार्डवेयर उत्पादकों को भी 50 प्रतिशत उत्पादन घरेलू बाजार में बेचने की अनुमति दी गयी है।
- (v) एडवांस लाइसेंस के अन्तर्गत निर्यात बाध्यता की अवधि 12 माह से बढ़ाकर 18 माह कर दी गयी है। क्षेत्रीय लाइसेंसिंग अधिकारियों को निश्चित जुर्माना लेकर इस अवधि को बढ़ाने का भी अधिकार दिया गया है।
- (vi) स्वर्ण आभूषण व जवाहरात के निर्यातों को प्रोत्साहित करने के उद्देश्य से नई नीति में उन एजेंसियों की संख्या में वृद्धि की गयी है जो स्वर्ण के भण्डार रख सकती हैं।
- (vii) लाइसेंसों के प्रार्थना-पत्र कम्प्यूटर फ्लॉपी तथा ई-मेल के माध्यम से स्वीकार करने की व्यवस्था की जा रही है।

आयात-निर्यात नीति (1997-2002) में 17 अप्रैल, 1998 को कुछ संशोधन किये गये हैं।

इनकी मुख्य बातें निम्नलिखित हैं—

- (i) 1 अप्रैल, 1996 को 6,161 ऐसी मदें थीं जिनका मुक्त आयात किया जा सकता था। 1 अप्रैल, 1997 को इनकी संख्या बढ़ाकर 6,648 कर दी गयी थी। दिसम्बर, 1997 को 128 अन्य मदों को आयात प्रतिबन्धों से मुक्त कर दिया गया है।
- (ii) पूँजीगत वस्तुओं की निर्यात प्रोत्साहन योजना के अधीन कृषि व सम्बद्ध क्षेत्रों के लिये बिना आयात शुल्क दिए पूँजीगत वस्तुओं के आयात की न्यूनतम सीमा को 5 करोड़ रुपये से कम करके 1 करोड़ रुपये कर दिया है। इलेक्ट्रॉनिक्स, वस्त्र उद्योग, चमड़ा हीरे व जवाहरात, खेल का सामान और खाद्य प्रोसेसिंग क्षेत्रों के लिये इस न्यूनतम सीमा को 20 करोड़ रुपये से कम करके 1 करोड़ रुपये कर दिया गया है। सॉफ्टवेयर क्षेत्र के लिये अब न्यूनतम सीमा 10 लाख रुपये रखी गयी है।

- (iii) आयातो और निर्यातो के लिये निजी आबद्ध गोदामों^{*1} की स्थापना की अनुमति दी गई है।
- (iv) उपभोग के लिये निर्यात किये जाने वाले तिलहनो तथा खाद्य तेलो के निर्यात पर अब कोई मात्रात्मक प्रतिबन्ध नहीं होंगे और न ही लाइसेंस लेने की कोई आवश्यकता होगी।
- (i) जुलाई, 1999 से सभी निर्यात प्रसस्करण क्षेत्रो को मुक्त व्यापार क्षेत्र में परिवर्तित कर दिया गया। इन मुक्त व्यापार क्षेत्रो में देश के श्रम कानून लागू नहीं होंगे तथा इन क्षेत्रो में सीमा शुल्क विभाग का भी हस्तक्षेप नहीं होगा।
- (ii) वर्ष 2003 तक भारत को आयात पर मात्रात्मक प्रतिबन्धो को पूरी तरह समाप्त करना है। इस तथ्य को ध्यान में रखते हुए विश्व व्यापार संगठन के समझौते के अनुसार आयात पर मात्रात्मक प्रतिबन्ध समाप्त करने की निर्धारित अवधि से पहले ही कई वस्तुओ के आयात की अनुमति दे दी गयी है।
- (iii) नई सशोधित आयात-निर्यात नीति के अन्तर्गत 894 वस्तुओ को खुले सामान्य लाइसेंस तथा 414 को विशेष आयात लाइसेंस की सूची में डाल दिया गया है। अब केवल 667 वस्तुए ही प्रतिबन्धात्मक सूची में शेष रह गयी हैं जबकि 1997 में इनकी संख्या 2714 थी।
- (iv) निर्यातको की लेन-देन की लागत को कम करने तथा निर्यात में विलम्ब की समस्या से निपटने के लिये ओम्बड्समैन (लोकपाल) की नियुक्ति की घोषणा की गयी है।
- (v) शुल्क मुक्त योजना के अन्तर्गत डी0 ई0 पी0 बी0^{*2} योजना तथा अग्रिम लाइसेंस की प्रक्रिया को उदार बनया गया है। इसके अन्तर्गत विदेशी महानिदेशालय को पूर्व सूचना दिये बिना ही कच्चे माल के रूप में प्रयोग किये जाने उत्पादो के शुल्क मुक्त आयात की अनुमति दी गयी है।

*1. Private bonded warehouses

*2. DEPB

- (vi) निर्यात सर्ववर्द्धन पूजी माल योजना के अन्तर्गत वस्त्र, रसायन तथा प्लास्टिक के लिये न्यूनतम सीमा को 20 करोड रुपये से घटाकर 1 करोड रुपये कर दिया गया है।
- (vii) उत्पादन का 50 प्रतिशत निर्यात करने वाली इकाइयों को ग्रीन कार्ड प्रदान करने की घोषणा की गयी है।
- (viii) लगातार 3 वर्षों तक निर्यात गृह/व्यापार गृह/स्टार व्यापार गृह/सुपर स्टार व्यापार गृह का दर्जा प्राप्त करने वाले निर्यातकों को गोल्डन स्टेट्स प्रमाणपत्र प्रदान करने की घोषणा की गयी है।
- (ix) सशोधित आयात-निर्यात नीति में लघु निर्यातकों को निर्यात गृह पात्रता में रियायत की घोषणा की गई है। इस नीति के अनुसार सामान्य निर्यातकों के लिये निर्धारित न्यूनतम निर्यात सीमा या विदेशी मुद्रा अर्जन सीमा तक एक तिहाई अर्जित करने पर ही निर्यात गृह का दर्जा दे दिया जाएगा।
- (x) सशोधित आयात-निर्यात नीति में सामान्य निर्यात गृह के लिये पात्रता मापदण्डों में भी रियायत की घोषणा की गई है। निर्यात गृह, व्यापार गृह, स्टार व्यापार गृह तथा सुपर स्टार व्यापार गृह के लिये निर्धारित सीमा क्रमशः 3125 करोड, 62.5 करोड रुपये, 12 करोड रुपये तथा 925 करोड रुपये के एफ0 ओ0 बी0 मूल्य को घटाकर क्रमशः 12 करोड रुपये, 60 करोड रुपये, 300 करोड रुपये तथा 900 करोड रुपये कर दिया गया है।
- (xi) सेवा क्षेत्र के लिये विशेष पैकेज की घोषणा की गई है।
- (xii) पर्यटन, विधि, तथा मेडिकल सेवाओं को निर्यात गृह का दर्जा प्रदान करने की घोषणा की गयी है।
- (xiii) रूस को किये जाने वाले निर्यात को प्रोत्साहित करने के उद्देश्य से मूल्यवर्द्धन की सीमा को 100 प्रतिशत से घटाकर 33 प्रतिशत करने की घोषणा की गयी है।

30 मार्च, 2000 को घोषित आयात-निर्यात नीति की प्रमुख बातें निम्नलिखित हैं—

- (i) विश्व व्यापार संगठन के प्रावधानों के अन्तर्गत वचनबद्धता का पालन करते हुए 714 वस्तुओं को 1 अप्रैल, 2000 से मात्रात्मक प्रतिबन्ध की सूची से हटा लिया गया है। शेष वस्तुओं पर से भी अप्रैल, 2001 को मात्रात्मक प्रतिबन्ध हटा लिये गये हैं।
- (ii) विशेष आयात लाइसेंस को 1 अप्रैल, 2001 को समाप्त कर दिया गया है।
- (iii) घरेलू उद्योग को शुल्क संरक्षण और एंटी डम्पिंग तथा सब्सिडी विरोधी प्रणाली के अन्तर्गत सुरक्षा जारी रखी जाएगी।
- (iv) निर्यात को तेजी से बढ़ाने के उद्देश्य से उदार निवेश वाले विशेष आर्थिक क्षेत्र^{*1} बनाने की घोषणा की गयी है। इसके अन्तर्गत गुजरात के पीपावाव और तमिलनाडु के तूतीकोरिन में विशेष आर्थिक क्षेत्र स्थापित किया जाएगा। इसके अतिरिक्त मुम्बई, काडला, विशाखापत्तनम् और कोच्चि स्थित वर्तमान निर्यात प्रसंस्करण क्षेत्रों को विशेष आर्थिक क्षेत्र में परिवर्तित किया जाएगा। विशेष आर्थिक क्षेत्र की कम्पनियों को विदेशी उपभोक्ताओं के समान ही दर्जा दिया जाएगा।
- (v) नई नीति में निर्यात सर्वोच्च पूँजीगत माल को 5 प्रतिशत माल आयात शुल्क के साथ सभी क्षेत्रों व सभी प्रकार की वस्तुओं पर लागू करने की घोषणा की गयी है। इसके साथ ही इस योजना के अन्तर्गत 10 प्रतिशत का काउंटरवेलिंग भी समाप्त कर दिया गया है।
- (vi) निर्यात पश्चात योजना 31 मार्च 2002 तक जारी रहेगी। बाद में इसे एक तर्कसंगत ड्रा-बैक योजना में विलीन कर दिया जायेगा।
- (vii) नई नीति में रत्न-आभूषण निर्यात को बढ़ावा देने के उद्देश्य से डायमण्ड डॉलर खाता योजना आरम्भ की गयी है। इसके अन्तर्गत निर्यातक अपनी निर्यात आय को डॉलर खाते में रख सकते हैं और इसका प्रयोग बिना तराशे या पालिश किए हुए हीरे खरीदने के लिये कर सकते हैं।

- (viii) ज्ञान आधारित उद्योगों से निर्यात बढ़ाने के उद्देश्य से औषधि, जैव प्रौद्योगिकी एगो, रसायन आदि उद्योगों को निर्यात आय के 1 प्रतिशत के बराबर प्रयोगशाला और उपकरण और प्रयोग के समान शुल्क मुक्त रूप से आयात करने की अनुमति दी गयी है। इसका उद्देश्य अनुसंधान एवं विकास को बढ़ावा देना है।
- (ix) निर्यातोन्मुखी इकाइयों और निर्यात प्रसस्करण क्षेत्रों के इकाइयों को कृषि, समुद्री उत्पाद और सिले-सिलाए वस्त्र क्षेत्र की इकाइयों के समान ही घरेलू बाजार के लिये जाब वर्क करने की छूट दी गयी है।
- (x) सिल्क के आयात को विशेष आयात लाइसेंस के अन्तर्गत अनुमति दी गयी है।
- (xi) राज्य सरकारों द्वारा किए जाने वाले निर्यात को प्रोत्साहित करने के लिए 250 करोड़ रुपये की राशि से कोष की स्थापना की घोषणा की गयी है।
- (xii) दस वर्ष से कम प्रयोग की गई पूजीगत वस्तुओं को बिना किसी लाइसेंस के आयात करने की अनुमति दी गयी है।

भारत की व्यापार नीति : एक मूल्यांकन

भारत की आरम्भिक व्यापार नीति आयातों पर कड़े प्रतिबन्धों तथा आयात प्रतिस्थापन पर आधारित थी। इन नीतियों को लागू करने में व्यापक स्तर पर नौकरशाही व प्रशासनिक तन्त्र का हस्तक्षेप आवश्यक हो गया है। सभी स्तरों पर व्याप्त भ्रष्टाचार ने इस मामले को और जटिल बना दिया है जिससे आवश्यक निर्णयों में विलम्ब आम बात हो गयी। लाइसेंसों की जटिल प्रणाली तथा इनके हस्तांतरण पर रोक के कारण इस क्षेत्र में भ्रष्टाचार को बढ़ावा मिला।

आयात प्रतिस्थापन की नीति का उद्देश्य विदेशी मुद्रा की बचत के साथ अर्थव्यवस्था की संरचना में दीर्घगामी परिवर्तन लाना भी था। इन उद्देश्यों अपेक्षित सफलता भी मिली। लेकिन इस प्रक्रिया में भारतीय उद्योगों को दिये गये संरक्षण के कारण वस्तुओं की उत्पादन लागत में वृद्धि हुई जिससे साधनों का अपव्यय हुआ और कहीं-कहीं वस्तुओं के स्तर में भी गिरावट आई। इस नीति के कारण घरेलू बाजार में वस्तुओं की लाभप्रदता में वृद्धि हुई जिसका उपयोग उद्योगों ने ऐसी उपभोक्ता वस्तुओं के उत्पादन के लिए किया जो धनी वर्ग के लिये ही

उपयुक्त थे। इनकी माँग सीमित होने के कारण शीघ्र ही क्षमता के अल्प प्रयोग की समस्या उत्पन्न हो गई और उत्पादन लागत में वृद्धि हुई।

आयात लाइसेंस स्थापित क्षमता के आधार पर दिए जाते थे जिसका लाभ उठाने के उद्देश्य से उद्योगों ने वास्तविक उत्पादन से अधिक क्षमता का सृजन किया जिससे स्थापित क्षमता के अल्प प्रयोग तथा दुर्लभ साधनों के दुरुपयोग की प्रवृत्ति बढ़ी आयात नियन्त्रण और आयात प्रतिस्थापन नीति के अधाधुन अनुकरण के कारण उत्पादन लागत में वृद्धि हुई। वृद्धिमान पूँजी उत्पाद अनुपात*¹ में वृद्धि हुई जिससे उत्पादन की वृद्धि दर तथा रोजगार सृजन पर भी प्रतिकूल प्रभाव पड़ा।

अस्सी के दशक से आरम्भ हुई उदारीकरण की नीति के कारण भारतीय निर्यातों की आयात गहनता (निर्यातों में आयातिक वस्तुओं का प्रतिशत) में वृद्धि हुई जिससे विदेशी मुद्रा की शुद्ध आय में कमी आई। लेकिन इस नीति के प्रारम्भिक वर्षों में निर्यात पर स्पष्ट प्रभावों का अभाव दिखाई पड़ता है। बाद के वर्षों में अनुकूल प्रभाव पड़ने आरम्भ हो गए। इसका कारण संभवतः नई नीति के अनुरूप घरेलू उद्योगों को व्यवस्थित करने में लगने वाला समय था। जिन वस्तु समूहों में उदारीकरण के कारण आयात-गहनता में वृद्धि हुई थी, उनमें बाद के वर्षों में निर्यातों में वृद्धि की प्रवृत्ति दिखाई पड़ती है।

1973 तक आयात प्रतिबन्धों और आयात प्रतिस्थापन की नीतियों के अनुसरण के कारण निर्यातों की उपेक्षा की गई। आरम्भ में निर्यात के प्रति दृष्टिकोण यह था कि औद्योगीकरण की प्रक्रिया तेज होने के बाद ही निर्यातों में वृद्धि संभव है। इन वर्षों में निर्यातों की न तो कोई स्पष्ट नीति थी और न ही निर्यातों के लिये कोई लक्ष्य निर्धारित किये जाते थे। 1973 के बाद यह अनुभव किया गया कि केवल आयात प्रतिबन्धों और आयात प्रतिस्थापन की नीति के माध्यम से भुगतान शेष की समस्या का समाधान संभव नहीं है। इसके बाद निर्यातों को प्रोत्साहन देने के उद्देश्य से कई उपाय किये गये। लेकिन निर्यात क्षेत्र में किये गये सभी उपाय प्रायः अस्थायी और अनिश्चित ही थे और ये निर्यात संवर्द्धन की किसी दीर्घकालीन नीति का हिस्सा नहीं थे। इसकी दूसरी महत्वपूर्ण बात यह है कि निर्यात नीति को घरेलू अर्थव्यवस्था की विकास नीति का

*1. incremental capital output ratio

अग नही बनाया जा सका जिससे औद्योगिक विकास की नीति और निर्यात की नीति में कहीं-कहीं विरोधाभास भी उत्पन्न हो गया जिसका प्रभाव निर्यात के उपयो पर प्रतिकूल पड़ा।

स्वतंत्रता के समय भारतीय निर्यातों का 50 प्रतिशत प्राथमिक क्षेत्र से निर्यात होता था लेकिन प्राथमिक वस्तुओं के लिये विनिमय शर्तें अन्तर्राष्ट्रीय बाजार में प्रतिकूल होती गई, इनकी कीमतों में अस्थिरता बनी रही, इनके प्रतिस्थापकों के प्रयोग में वृद्धि हुई तथा आयातक देशों में उपभोग के पैटर्न में परिवर्तन हुआ। इसके अतिरिक्त विकास के साथ इन उत्पादों की घरेलू मांग में भी तेजी से वृद्धि हुई। इसके परिणामस्वरूप प्राथमिक वस्तुएँ, जो भारत का परम्परागत निर्यात थे, के निर्यातों में कमी आती गई। इन परिस्थितियों में गैर परम्परागत निर्यातों पर निर्भरता बढ़ गयी। भारतीय निर्यात नीति में प्रोत्साहन तथा संवर्द्धन सम्बन्धी उपायों का लक्ष्य भी गैर-परम्परागत निर्यात ही रहे हैं और इसमें महत्वपूर्ण सफलताएँ भी मिली हैं। यही कारण है कि भारतीय निर्यातों में विनिर्माण क्षेत्र का हिस्सा लगभग 75 प्रतिशत है। इन उपलब्धियों के बावजूद भारतीय अर्थव्यवस्था के आकार व निर्यात की संभावनाओं की दृष्टि से निर्यात क्षेत्र की सफलता संभाव्य से काफी कम है। इसके मूल कारणों में दोषपूर्ण घरेलू नीतियाँ, उत्पादन व व्यापारिक क्षेत्र की समस्याएँ तथा निर्यात के लिये किये जा रहे अपर्याप्त प्रयास प्रमुख हैं।

1991 में उदारीकरण की नीति के बाद से व्यापार सम्बन्धी नीतियों में महत्वपूर्ण परिवर्तन हुए हैं और देश की व्यापार नीति अन्तर्मुखी के स्थान पर स्पष्ट रूप से बहिर्मुखी हो गई है। इन परिवर्तनों के परिणाम स्वरूप सकल घरेलू उत्पाद में व्यापार क्षेत्र के हिस्से में लगातार वृद्धि हुई है और यह 15 प्रतिशत से बढ़कर 1998-99 में 22 प्रतिशत हो गया। पिछले वर्षों में इन नीतियों का निर्यात की संवृद्धि दर पर अनुकूल प्रभाव पड़ा है। इन प्रभावों के बारे में महत्वपूर्ण बात यह रही है कि आयात और निर्यात की संरचना पर कोई प्रभाव नहीं पड़ा है और यह 1991 के पहले की आयात और निर्यात संरचना के समान ही है। इसका मुख्य प्रभाव व्यापार की दिशा में पड़ा है और भारत के एशियाई बाजारों को होने वाले निर्यातों में विशेष वृद्धि हुई है।

1991 की उदारीकरण की नीति के बाद दूसरा महत्वपूर्ण प्रभाव भारतीय उद्योगों को मिलने वाले संरक्षण में होने वाली तेज कमी है। सीमाशुल्क की अधिकतम सीमा को 110 प्रतिशत से घटाकर 35 प्रतिशत कर दिया गया है। इसके अतिरिक्त आयातों में गैर-व्यापार अवरोधों में

भी भारी कमी की गई है। एक आकलन के अनुसार भारतीय आयातों में 90 प्रतिशत वस्तुओं पर किसी न किसी प्रकार के गैर-व्यापार अवरोध थे जो 1995-96 में घटकर 44 प्रतिशत रह गये। इसी प्रकार, एक अन्य अध्ययन के अनुसार, प्रभावी संरक्षण दर^{*1} के 87 प्रतिशत से घटकर 1995-96 में 30 प्रतिशत रह गयी। मौद्रिक संरक्षण^{*2} भी 1989-90 के 89 प्रतिशत से घटकर 1995-96 में 31 प्रतिशत रह गयी।

इन सबका सम्मिलित परिणाम यह रहा कि भारतीय अर्थव्यवस्था के विकास की प्रक्रिया में विदेशी क्षेत्र को अग्रगामी क्षेत्र^{*3} की भूमिका मिल गयी है और भारतीय अर्थव्यवस्था के विकास की बड़ी जिम्मेदारी इस क्षेत्र पर आ गयी है। इस सम्बन्ध में तीन बातें महत्वपूर्ण हैं— घरेलू बाजार का सापेक्षिक महत्व, सरकारी हस्तक्षेप का स्वरूप व उसकी मात्रा तथा प्रौद्योगिकी का आयात या उसका विकास।

भारत जैसे बड़े देश में घरेलू बाजार अत्यन्त महत्वपूर्ण है और औद्योगिक विकास की प्रक्रिया काफी हद तक इसके विकास पर निर्भर करती है। इसके लिये आवश्यक है कि घरेलू बाजार की स्थितियों के अनुरूप आयात प्रतिस्थापन और निर्यात प्रोत्साहन की नीतियों में समन्वय स्थापित किया जाए।

बहुत से देशों में सरकारी हस्तक्षेप की उनकी व्यापारिक प्रगति में महत्वपूर्ण भूमिका रही है। भारत में भी सरकार की भूमिका महत्वपूर्ण है। सरकारी हस्तक्षेप का स्वरूप व उसकी मात्रा आर्थिक विकास की प्रक्रिया में निर्णायक भूमिका निभाएगी।

उद्योग के विभिन्न क्षेत्रों के लिये प्रौद्योगिकी का आयात किया जाए या उनका देश में विकास किया जाए, यह महत्वपूर्ण प्रश्न है। तेजी से बदलते हुए परिवेश में दोनों में से कोई एक नीति अकेली सफल नहीं हो सकती। आयातित प्रौद्योगिकी तथा देश में विकसित प्रौद्योगिकी की तुलनात्मक कीमत, औद्योगिक विकास में इसकी उपयोगिता तथा आर्थिक विकास की दिशा में इसके योगदान आदि कुछ महत्वपूर्ण प्रश्न हैं जिन पर स्पष्ट दिशा निर्देशों की आवश्यकता है।

अन्त में, सबसे महत्वपूर्ण बात यह है कि अर्थव्यवस्था का विकास के केवल व्यापार क्षेत्र पर आश्रित होकर करना न तो संभव है और न ही उचित। वास्तव में, व्यापार क्षेत्र तथा घरेलू

आर्थिक नीतियों के मध्य एक समष्टि आर्थिक अन्त सम्बन्ध होता है जो अत्यन्त महत्वपूर्ण है। इनमें से किसी भी क्षेत्र की उपेक्षा दूसरे क्षेत्र के विकास में भी बाधक सिद्ध होगी। इन दोनों ही क्षेत्रों का समाधान दोनों क्षेत्रों के समन्वित विकास में ही निहित है।

टिप्पणी एवं संदर्भ

- 1 Varshney, R L. and B Bhattacharyya " International Marketing Management-An Indian Prespective" Sultan Chand, New Delhi-1993, Page 3-4
- 2 अग्रवाल, ए० एन० रू "भारत में आयोजन एवं आर्थिक नीति", विश्व प्रकाशन, नयी दिल्ली, 1994
पृष्ठ 449-464

अध्याय—8

उपलब्धियाँ एवं सम्भावनाएं*

अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार में उप-क्षेत्रीय समूहों, व्यापार एवं सवृद्धि के माडलों तथा क्षेत्रीय व्यापारिक गुटों की भागीदारी से विदेशी व्यापार की दिशा, व्यापार के पैटर्न, तकनीकी एवं निवेश तथा अन्तर्राष्ट्रीय राजनीति में परिवर्तन आया है। हाल के वर्षों में कुछ पिछड़े तथा एक जैसी समस्याओं वाले क्षेत्रों के बीच सुरक्षा, व्यापार एवं परस्पर सहयोग के लिए क्षेत्रीयतावाद को बढ़ावा मिला है। सार्क इसका ज्वलंत उदाहरण है। यह दक्षिण एशिया का एक महत्वपूर्ण क्षेत्रीय सहयोग संगठन है। इस संगठन में भारत का जनसंख्या, भू-क्षेत्रफल तथा सकल घरेलू उत्पाद की दृष्टि से वर्चस्व है।

प्रस्तुत अध्याय— 8 में अध्ययन की उपलब्धियों एवं भविष्य की सम्भावनाओं पर प्रकाश डाला गया है। इस अध्याय के अनुभाग 8.1 में सार्क का मूल्यांकन किया गया है। अनुभाग 8.2 एवं अनुभाग 8.3 में क्रमशः बहुपक्षीय एवं द्विपक्षीय व्यापार प्रवृत्तियों से प्राप्त उपलब्धियों की विवेचना की गई है। इनमें भारत का सार्क देशों की बहुपक्षीय एवं द्विपक्षीय व्यापार प्रवृत्तियों से प्राप्त निष्कर्षों की भी विवेचना की गई है। अनुभाग 8.4 सार्क के सदस्य देशों नेपाल, बांगलादेश, श्रीलंका, पाकिस्तान, मालदीव, भूटान एवं भारत के विकास परिदृश्यों का रेखांकन करता है। इसी अनुभाग में भारत की विदेशी व्यापार-नीति की समीक्षा भी की गयी है।

अध्याय 8 का अंतिम अनुभाग 8.5 भारत के विदेशी व्यापार की सम्भावनाओं पर प्रकाश डालता है जिससे भविष्य की प्राथमिकताओं, मुद्दों आदि का समाधान प्राप्त करने में सुविधा प्राप्त हो सके।

8.1 सार्क का मूल्यांकन²

सार्क विश्व का सबसे छोटा व्यापार संगठन है, जिसका उद्देश्य अपने सदस्य देशों की सामाजिक और आर्थिक उन्नति करना है। यह विश्व का निर्धनतम व्यापार संगठन है जिसके

*1. Achievements and Prospects.

*2. An Appraisal of SAARC.

सात सदस्य देशों में नेपाल, बांग्लादेश, भूटान, भारत एवं पाकिस्तान नामक देश निम्न आय वर्ग में आते हैं। वर्ल्ड डेवलपमेंट रिपोर्ट 2000–2001 के अनुसार श्रीलंका एवं मालदीव नामक देश निम्न मध्यम आय वर्ग में आते हैं। सार्क देशों का कुल विश्व व्यापार 1997 में 1097 मिलियन डालर था जो कुल विश्व व्यापार के 3% से भी कम था। सार्क देशों के बीच परस्पर व्यापार 1997 में 3000 मिलियन डालर था। वर्ष 1995 में 'साप्टा' की स्थापना से विदेशी व्यापार के अन्तर्गत आयात पर मात्रात्मक नियन्त्रण, टैरिफ और गैर टैरिफ रूकावटों को कम करके रियायतें देना सम्मिलित है। वर्ष 2005 तक जब 'सार्क' एक मुक्त व्यापार क्षेत्र बन जायेगा, इस क्षेत्र के विदेशी व्यापार के बढ़ने की आशा की जा रही है।

सार्क : एक अल्प विकसित क्षेत्र

'सार्क', विविधता में एकता वाला क्षेत्र है। सार्क के सदस्य देशों में जनसंख्या, भौगोलिक आकार तथा प्रति व्यक्ति आय की दृष्टि से असमानता प्राप्त है। किन्तु ये सभी देश अल्प विकसित देशों की विशेषताओं वाले देश हैं। अतः इस दृष्टि से सार्क के सदस्य देशों में समानता है जो उन्हें व्यापार एवं आर्थिक सहयोग के लिए परस्पर प्रेरित करता है। वर्ल्ड डेवलपमेंट रिपोर्ट 1999–2000 के अनुसार सार्क के सदस्य देशों में मालदीव जनसंख्या एवं भूमि क्षेत्र की दृष्टि से सबसे छोटा है। मालदीव की जनसंख्या 262 हजार तथा भूमि क्षेत्र 03 हजार वर्ग किलोमीटर है, जबकि भारत जनसंख्या एवं भूमि क्षेत्र दोनों ही दृष्टियों से सबसे बड़ा है। भारत की जनसंख्या वर्ल्ड डेवलपमेंट रिपोर्ट 1999–2000 के अनुसार 980 मिलियन तथा भूमि क्षेत्र 3288 हजार वर्ग किलोमीटर है। एक अनुमान के आधार पर भारत की यह जनसंख्या 11 मई 2000 को 100 करोड़ से अधिक हो चुकी है।¹ अद्यतन 2001 की जनगणना के अनुसार भारत की यह जनसंख्या 102 करोड़ से अधिक होने का अनुमान है।² जनसंख्या घनत्व की दृष्टि से बांग्लादेश सर्वाधिक जनघनत्व वाला देश है जबकि भूटान का जन-घनत्व सबसे कम है। वर्ल्ड डेवलपमेंट रिपोर्ट 1999–2000 के अनुसार 'बांग्लादेश' की जनसंख्या घनत्व 965 व्यक्ति प्रति वर्ग किलोमीटर तथा भूटान की जनसंख्या घनत्व 16 व्यक्ति प्रतिवर्ग किलोमीटर है। यहाँ हमें उक्त बुनियादी तथ्यों से यह निष्कर्ष प्राप्त होता है कि अत्यधिक जन-घनत्व वाला देश एक ओर सर्वाधिक जनसंख्या की मूलभूत आवश्यकताओं को पूरा करने में सक्षम है तो दूसरी ओर जनसंख्या का भारी दबाव उस देश के विकास की एक मुख्य बाधा है।

तालिका 8.1

प्रति व्यक्ति आय का तुलनात्मक विश्लेषण : सार्क के सदस्य देश, 2000 से पूर्व

अर्थ व्यवस्था (आय वर्गानुसार)	सार्क के सदस्य देश	जनसंख्या (मिलि० मे)	भूमि क्षेत्र (हजार वर्ग)	जनसंख्या घनत्व प्रतिवर्ग किमी	प्रति व्यक्ति आय (डालर) में					
					1981	1985	1986	1987	1988	1999
निम्न आय वर्ग (520 डालर)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)
	नेपाल	23	147	160	150	160	150	210	210	220
	बांग्लादेश	126	144	965	140	150	160	270	350	370
	भारत	980	3288	330	260	270	290	390	430	450
	मूटान	759*	470	16	80	160	150	400	-	510
	पाकिस्तान	132	796	171	350	380	350	490	480	470
निम्न मध्यम आय वर्ग (1710 डालर) उच्च आय वर्ग (25510 डालर)	श्रीलंका	19	66	290	300	330	400	800	810	820
	मालदीव	262*	03	874	-	290	310	1150	1230	1160
	संयुक्त राष्ट्र	270	9364	29	12820	16690	17480	28740	29340	30600

स्रोत: वर्ल्ड डेवलपमेंट रिपोर्ट, 1983, 87, 88, 1998-99, 1999-2000, 2000-2001

* हजार में

प्रति व्यक्ति आय किसी देश अथवा क्षेत्र के जीवन स्तर का एक सरल और सर्वोत्तम मापक है। यदि हम सार्क के सभी सदस्य देशों की प्रति व्यक्ति आय का तुलनात्मक विश्लेषण करें तो हमें पता चलता है कि नेपाल की प्रति व्यक्ति आय न्यूनतम तथा मालदीव की प्रति व्यक्ति आय अधिकतम है। वर्ल्ड डेवलपमेंट रिपोर्ट 2000-2001 के अनुसार 1999 में नेपाल की प्रति व्यक्ति आय 220 डॉलर, बांग्लादेश 370 डॉलर, भूटान 510 डॉलर, भारत 450 डॉलर, पाकिस्तान 470 डॉलर, श्रीलंका 820 डॉलर तथा मालदीव की प्रति व्यक्ति 1230 डॉलर है। इस तरह सार्क के सदस्य देशों की प्रतिव्यक्ति आय 220 डॉलर (नेपाल) तथा 1230 डॉलर (मालदीव) के विस्तार में है। इनमें नेपाल, बांग्लादेश, भारत, भूटान एवं पाकिस्तान, निम्न आय वर्ग में (520 डॉलर के औसत में) हैं तथा श्रीलंका एवं मालदीव निम्न मध्यम आय वर्ग (1710 डॉलर के औसत में) हैं। ये देश उच्च आय वर्ग (औसत 25510 डॉलर) से अभी बहुत पिछड़े हैं, इस तथ्य पर तालिका 8.1 से प्रकाश पड़ता है।

सार्क के सदस्य देशों में भारत, श्रीलंका, मालदीव का विकास दर 1960 के पश्चात बढ़ा है। किन्तु पाकिस्तान का विकास दर 1960 के पश्चात घटा है। नेपाल, बांग्लादेश एवं भूटान का विकास दर मिश्रित प्रवृत्ति वाला है। यह तालिका 8.2 से सुस्पष्ट है—

तालिका 8.2

सार्क के सदस्य देशों का औसत वार्षिक विकास दर, 2000 से पूर्व

सार्क के सदस्य देश	औसत वार्षिक विकास दर (%) में			
	1960-81	1965-86	1996-97	1997-98
नेपाल	0.0	1.9	0.0	-0.1
बांगलादेश	0.3	0.4	3.7	3.4
भारत	1.4	1.8	3.2	4.2
भूटान	0.1	—	2.8	—
पाकिस्तान	2.8	2.4	0.0	2.5
श्रीलंका	2.5	2.9	5.8	—
मालदीव	1.4	1.8	3.3	—
संयुक्तराष्ट्र	2.3	1.6	2.9	3.7

स्रोत: डेवलपमेंट रिपोर्ट, 1983, 87, 88, 1998-99, 1999-2000, 2000-2001

किसी अर्थव्यवस्था में आर्थिक निष्पादन की दृष्टि से विदेशी व्यापार का विशेष महत्व है। इससे विश्व की अर्थव्यवस्थाओं में सार्वभौमिकरण (वैश्वीकरण) को प्रोत्साहन मिलता है। आर्थिक निष्पादन की दृष्टि से एशिया में 1999 के अद्यतन उपलब्ध समको के अनुसार 'तीव्र विकास' (चीन को छोड़कर) दर्ज किया गया है। पश्चिमी एशिया में विकास 'ठहराव' तथा दक्षिण एशिया में तीव्र आर्थिक विकास जैसी दशाएं उभरी हैं। ट्रेड एण्ड डेवलपमेंट रिपोर्ट 2000 के अनुसार 1999 में दक्षिण एशिया के 'सार्क' देशों में मिश्रित विकास की प्रवृत्ति देखने को मिली है, जो तालिका 8.3 से सुस्पष्ट है।

भारतीय अर्थव्यवस्था में सकल घरेलू उत्पाद में वृद्धि 4.5% से बढ़कर 6.8% हुई है, जिससे भारतीय अर्थव्यवस्था की क्रियाशीलता और स्थायी विकास*¹ का पता चलता है। इसी अवधि में

*1. Steady Growth

तालिका 8.3

दक्षिण एशियाई सार्क देशों का विकास (1990-99)

(प्रतिशत परिवर्तन)

क्षेत्र/देश	1990-95	1995-96	1996-97	1997-98	1998-99
दक्षिण एशिया	4.5	6.5	5.1	4.5	6.0
बांगलादेश	4.4	5.1	5.3	4.7	4.3
भारत	4.5	7.1	5.8	4.7	6.8
नेपाल	5.2	4.0	1.9	4.0	5.0
पाकिस्तान	4.8	5.0	1.2	3.3	3.1
श्रीलंका	5.4	3.8	6.4	4.7	4.0

स्रोत: ट्रेड एंड डेवलपमेंट रिपोर्ट-2000

नोट: प्रस्तुत रिपोर्ट में मूटान एव मालदीव के समक उपलब्ध नहीं है।

बांगलादेश, पाकिस्तान, नेपाल और श्रीलंका के सकल घरेलू उत्पाद में कमी की प्रवृत्ति दृष्टिगोचर हुई है। भारत एवं अन्य सार्क देशों में प्राप्त इस विकास प्रवृत्ति के अनेक कारण उत्तरदायी रहे हैं। जैसे- जलवायु एवं राजनीतिक दशाएँ, घरेलू आर्थिक नीति एवं सरचनात्मक समस्याएँ आदि। समग्र से भारत एवं पाकिस्तान सम्बन्धों को छोड़कर दक्षिण एशियाई सार्क देशों में विकास के बाहरी निर्धारक तत्व अनुकूल रहे हैं।

सार्क के सदस्य देशों में क्षेत्रवार विकास निष्पादन पर प्रकाश तालिका 8.4 से पड़ता है। प्रस्तुत तालिका 8.4 इन अर्थव्यवस्थाओं के कृषि क्षेत्र, उद्योग क्षेत्र, तथा सेवाक्षेत्र के औसत वार्षिक विकास दर को प्रतिशत में व्यक्त करता है।

तालिका 8.4 को देखने से स्पष्ट है कि औसत वार्षिक विकास की दृष्टि से कृषि क्षेत्र में भारत में वृद्धि तथा नेपाल, बांगलादेश, पाकिस्तान, श्रीलंका में कमी आयी है। उद्योग क्षेत्र में बांगलादेश, श्रीलंका में वृद्धि तथा नेपाल, पाकिस्तान में कमी प्राप्त हुई है। भारत में औद्योगिक विकास दर में 1980-90 की अवधि में 7% की वृद्धि हुयी है। किन्तु इसमें हास के लक्षण स्पष्ट रूप से दिखायी पड़ते हैं। सेवा क्षेत्र में नेपाल, बांगलादेश, भारत तथा श्रीलंका में वृद्धि तथा पाकिस्तान में कमी प्राप्त है। वस्तुओं तथा सेवाओं के निर्यात की दृष्टि से नेपाल, बांगलादेश,

तालिका 8.4
सार्क के सदस्य देशों का क्षेत्रवार विकास दर 2000 से पूर्व
 (प्रतिशत में)

अर्थ व्यवस्था	औसत वार्षिक विकास दर (%) में							
	कृषि	क्षेत्र	उद्योग	क्षेत्र	सेवा	क्षेत्र	वस्तुओं एवं सेवाओं का निर्यात	
	1980-90	1990-98	1980-90	1990-98	1980-90	1990-98	1980-90	1990-98
नेपाल	40	23	87	73	39	96	39	168
बांगलादेश	27	15	49	70	50	52	77	137
भारत	31	34	70	67	69	79	59	124
भूटान	—	—	—	—	—	—	—	—
पाकिस्तान	43	38	73	50	68	46	84	32
श्रीलंका	22	15	46	65	47	63	49	90
मालदीव	—	—	—	—	—	—	—	—
संयुक्त राष्ट्र	—	20	—	43	—	19	47	81

स्रोत: वर्ल्ड डेवलपमेंट रिपोर्ट 1999-2000 2000-2001

भारत, तथा श्रीलंका का औसत वार्षिक विकासदर का प्रतिशत 1980 के पश्चात अधिक रहा है, जबकि पाकिस्तान में वस्तुओं एवं सेवाओं के निर्यात व्यापार का वार्षिक विकास दर घट गया है।

ट्रेड एंड डेवलपमेंट रिपोर्ट 2000 के अनुसार 1998 के पश्चात भारत में उद्योग एवं सेवा क्षेत्र में तीव्र विकास दर को प्राप्त किया गया है। 1998 के पश्चात भारत में कृषि क्षेत्र का विकास निष्पादन अपेक्षाकृत कम रहा है। कृषि क्षेत्र का विकास निष्पादन 1998 में 8.2% था जो 1999 में मानसून, चक्रवात आदि कारणों से घटकर 7.2% रह गया है। पाकिस्तान में व्यापार एवं विकास में वृद्धि न होने का प्रमुख कारण राजनीतिक अस्थिरता, भुगतान सन्तुलन की समस्याएँ तथा समष्टि आर्थिक असन्तुलन का पाया जाना रहा है। बांग्लादेश में अल्प विकास के कारणों में प्रमुख कारण रहे हैं— राजनीतिक अस्थिरता एवं निर्माण उद्योगों का बुरी तरह से बाढ़ की चपेट में आ जाना। श्रीलंका में न्यून विकास का कारण रहा है औद्योगिक उत्पादन में गिरावट की

प्रवृत्ति। भारत-श्रीलंका द्विपक्षीय व्यापार के मध्य न्यून विकास का मुख्य कारण राजकोषीय असन्तुलन का निरन्तर बने रहना रहा है।¹

किसी देश का आर्थिक विकास स्वस्थ मानव के वगैर अधूरा है।² इस दृष्टि से शिशु मृत्यु दर तथा जन्म के समय जीवन-प्रत्याशा के समको का तुलनात्मक विश्लेषण सार्क के सदस्य देशों के मध्य करना उपयुक्त होगा। तालिका 85 'सार्क' के सदस्य देशों में शिशु मृत्यु दर एवं जीवन-प्रत्याशा को व्यक्त करता है। तालिका 85 के विश्लेषण से यह स्पष्ट होता है कि—

- 1 सभी 'सार्क' देशों में शिशु मृत्यु दर में कमी आयी है तथा जीवन प्रत्याशा में वृद्धि हुई है। ये लक्षण विकास के शुभ संकेतक हैं।
- 2 यहि हम उच्च आय वर्ग के संयुक्त राष्ट्र अमेरिका से 'सार्क' के सदस्य देशों की तुलना करें तो श्रीलंका एवं भारत में शिशु मृत्यु दर घटाने के सार्थक प्रयासों का स्पष्ट संकेत प्राप्त होता है।
- 3 जीवन प्रत्याशा की दृष्टि से श्रीलंका का स्थान सर्वोच्च, मालदीव एवं भारत का स्थान क्रमशः दूसरे एवं तीसरे क्रम पर है।

तालिका 85 की उक्त विवेचना से यह भी स्पष्ट होता है कि 'सार्क' के सभी सदस्य देशों में भारत का न केवल व्यापारिक एवं आर्थिक वर्चस्व है बल्कि मानव विकास की दृष्टि से भी भारत का वर्चस्व है। वाशिंगटन से 18 दिसम्बर 2000 को जारी 'ग्लोबल ट्रेड्स-2015' नामक रिपोर्ट के अनुसार दक्षिण एशिया में भारत का व्यापार एवं आर्थिक वर्चस्व लगातार आगे बढ़ रही क्रियाशील अर्थव्यवस्था के कारण अगले 15 वर्ष में और भी बढ़ जायेगा।

सार्क की उपलब्धियाँ*¹

अभी तक सार्क की निम्न उपलब्धियाँ रही हैं—

- 1 साप्ता की स्थापना और उसके अंतर्गत आयात पर मात्रात्मक नियंत्रण, टैरिफ और गैर-टैरिफ रूकावटों को कम करके रियायते देना।
- 2 सार्क देशों के बीच विभिन्न क्षेत्रों में आर्थिक सहयोग करने के लिए तकनीकी समिति स्थापित करना जैसे कृषि, संचार, शिक्षा और संस्कृति, पर्यावरण, स्वास्थ्य और

*1. Achievements of SAARC.

तालिका 8.5

मानव विकास के संकेतक : सार्क क्षेत्र, 2000 से पूर्व

देश	शिशु मृत्यु दर प्रति 1000		जीवन प्रत्याशा (वर्षों में)					
	1980	1997	1981	1985	1986	1997		
						पुरुष	स्त्री	संयुक्त
नेपाल	180	117	45	47	47	58	57	—
बांगलादेश	211	104	48	51	50	58	58	—
भारत	177	88	52	56	57	62	64	—
भूटान	—	—	43	44	45	—	—	61
पाकिस्तान	161	136	50	51	52	61	63	—
श्रीलंका	48	19	69	70	70	71	75	—
मालदीव	—	—	47	53	54	—	—	67
संयुक्त राष्ट्र	15	—	76	75	75	73	79	—

स्रोत: वर्ल्ड डेवलपमेंट रिपोर्ट 1983, 87, 88, 1998-99, 1999-2000, 2000-2001.

जनसंख्या, ग्रामीण विकास, विज्ञान और प्रौद्योगिकी, पर्यटन, परिवहन आदि क्षेत्रों में।

3 सार्क का उद्देश्य वर्ष 2002 तक सदस्य देशों में गरीबी उन्मूलन करना है, जिसके लिए एक कार्य-सूची*¹ बनाई गई है। इसमें सामाजिक संग्रह करने की कूटनीति, विकेन्द्रीकृत कृषि विकास की नीति*², छोटे पैमाने का श्रम-गहन औद्योगीकरण तथा मानव विकास पर बल दिया गया है। इस कार्य-सूची के अनुसार, प्रत्येक गरीब व्यक्ति के कार्य करने के अधिकार और प्राथमिक शिक्षा को प्राथमिकता दी गई है। सार्क देशों में गरीबी को कम करने के लिए विश्व बैंक संयुक्तराष्ट्र विकास कार्यक्रम इस्कैप से भी सहयोग लिया जा रहा है। सार्क देशों के वित्त एवं योजना मंत्रियों ने एक तीन-श्रेणी तन्त्र स्थापित किया है जो गरीबी-उन्मूलन कार्यक्रमों को लागू करने में अपने अनुभवों की सूचना सभी सदस्य देशों को देता है।

*1. Agenda

*2. Decentralised Agricultural Growth Policy

- 4 सार्क देशों में आपातकाल के लिए खाद्यान्न के एक सुरक्षित भण्डार का प्रबंध किया गया है। जिसका आकार 2, 41, 580 टन है। इसके संचालन के लिए एक सार्क खाद्य सुरक्षा रिजर्व बोर्ड है जिसमें प्रत्येक सदस्य देश का एक प्रतिनिधि है और इसकी हर वर्ष बैठक होती है। बोर्ड का मुख्य कार्य खाद्य समस्या का समय-समय पर पुनरीक्षण और मूल्यांकन करना तथा क्षेत्र में खाद्यान्न की सभावनाओं को देखना है जिनमें उत्पादन, उपभोग, व्यापार, कीमते गुणवत्ता और उनके भण्डारण जैसे घटक शामिल हैं।
- 5 सार्क ने 1988 में सार्क कृषि सूचना केन्द्र^{*1} स्थापित किया जो सदस्य देशों के लिए कृषि से संबंधित क्षेत्रीय सूचना की संस्था का कार्य करता है। इसके सभी सात देशों में राष्ट्रीय सूचना केन्द्र हैं, जो क्षेत्रीय स्तर पर कृषि अनुसंधान और विकास क्रियाओं से संबंधित तकनीकी सूचनाओं का आदान-प्रदान करते हैं। सार्क कृषि केन्द्र समय-समय पर सार्क देशों में कृषि संस्थाओं द्वारा कृषि सम्बन्धी किए जा रहे अनुसंधान और प्रयोगों की सूचनाएं प्रकाशित करता है। यह एक त्रैमासिक सूचना-पत्र भी प्रकाशित करता है।
- 6 वर्ष 1992 में सार्क वाणिज्य और उद्योग मण्डल^{*2} की स्थापना की गई है जिसका मुख्यालय कराची में है और इसकी राष्ट्रीय इकाइया सात सार्क देशों में है। इसका मुख्य उद्देश्य व्यापार और आर्थिक संबंधों के क्षेत्रों में सार्क देशों के बीच सहयोग और व्यापार बढ़ाना है। इसका कार्य सातों देशों के वाणिज्य और उद्योग मण्डलों के बीच तालमेल स्थापित करना तथा विश्व के अन्य देशों और संगठनों के साथ सार्क का व्यापार बढ़ाने के लिए विचार-विमर्श करना है।
- 7 सदस्य देशों की वित्तीय कठिनाइया दूर करने हेतु सार्क ने दो कोषों की स्थापना की है। ये हैं— सार्क-जापान विशेष कोष और दक्षिण एशियाई विकास कोष^{*3}।
8. सार्क के कार्य के एकीकृत प्रोग्राम^{*4} में तेरह क्षेत्रों में सहयोग के कार्यक्रम अपनाये गये हैं। ये हैं— कृषि, शिक्षा, स्वास्थ्य और जनसंख्या गतिविधियों, अंतरिक्ष विज्ञान, डाक

*1. SAARC Agricultural Information Centre- SAIC.

*2. SAARC Chamber of Commerce and Industry- SCCI.

*3. South Asian Development Fund-SADF.

*4. Integrated Programme of Action-IPA.

सेवाएँ, नशीले पदार्थों के व्यापार की रोकथाम, ग्रामीण विकास, विज्ञान और तकनीकी, खेल, कला और संस्कृति, तार एवं सदेश वाहन, पर्यटन, यातायात और विकास में महिलाएँ।

सार्क की स्थापना को एक महान सफलता कहा गया था। भारत के प्रधानमंत्री राजीव गाँधी ने प्रथम सार्क शिखर सम्मेलन को एक नये सवेरे का साक्षी कहा। पाकिस्तान के राष्ट्रपति जिया-उल-हक ने इसे एक "युग प्रवर्तक घटना" कहा। यह कहा गया कि सार्क प्रादेशिक सहयोग में विश्वास की पुष्टि की एक अभिव्यक्ति है। इसमें सन्देह नहीं कि दक्षिणी एशिया के देशों में विवादों और अविश्वास की एक लम्बी परम्परा है। इन विवादों और सन्देहों के रहते उस राजनीतिक इच्छा का उदय नहीं हो सकता जो सार्क की सफलता के लिए आवश्यक है। इसमें सन्देह नहीं कि सार्क एक बहुत सफल संस्था सिद्ध नहीं हुई है। अनेक बार सदस्य देशों ने विशेष रूप से पाकिस्तान और श्रीलंका ने सार्क की बैठकों में द्विपक्षीय विवादों को उठाने की कोशिश की है जिसका भारत ने कड़ा विरोध किया है।

अपनी स्थापना के डेढ़ दशक में ही सार्क ने अनेक उपलब्धियाँ प्राप्त कर ली हैं, जिनका उल्लेख ऊपर किया जा चुका है। परन्तु सार्क का अन्तिम उद्देश्य 'साफ्टा' तक पहुँचना है जिसे वास्तविक बनाने के लिए सदस्य देशों के बीच परस्पर विश्वास की भावना होनी आवश्यक है। इसके लिए राजनीतिक स्तर पर सार्क देशों को वातावरण में सुधारना तथा और अधिक सहयोग करना होगा।

क्षेत्रीय व्यापार गुटों में सार्क की स्थिति

अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार में सार्क क्षेत्र का निर्यात एवं आयात-व्यापार में भागीदारी लगभग 1 प्रतिशत है। यह निष्कर्ष हमें 15 व्यापारिक गुटों के सापेक्ष प्राप्त हुआ है। किन्तु इनमें सार्क की स्थिति दक्षिण अफ्रीकी कस्टम संघ (साकु), केन्द्रीय अफ्रीकी देशों के आर्थिक समुदाय (एक्कास), अफ्रीकी देशों के आर्थिक समुदाय (सी.ओ.), पश्चिमी अफ्रीकी राज्यों के आर्थिक समुदाय (इकोवास), केन्द्रीय अमेरिकी साझा बाजार (सी.एस.सी.एम) जैसे क्षेत्रीय व्यापारिक गुटों से बेहतर है। इसका अर्थ यह भी है कि विदेशी व्यापार के सन्दर्भ में सार्क क्षेत्र का निष्पादन विकासोन्मुखी है। इसके अतिरिक्त, यदि हम सार्क क्षेत्र के आर्थिक संरचना वाले पहलू पर प्रकाश डालें तो हमें

पता चलता है कि 'सार्क' के सदस्य देशों की अर्थव्यवस्थाओं में विदेशी व्यापार एवं आर्थिक सहयोग का महत्व बढ़ा है तथा व्यापार में सरचनात्मक परिवर्तन भी हुए हैं।

8.2 बहुपक्षीय व्यापार प्रवृत्तियाँ

बहुपक्षीय व्यापार प्रवृत्तियों से हमें यह निष्कर्ष प्राप्त हुआ है कि सार्क क्षेत्र की अर्थव्यवस्थाएँ पूर्ण रूपेण परस्पर सहयोग एवं व्यापार पर आधारित हैं। इन अर्थव्यवस्थाओं से हमें प्रगति के संकेत मिलते हैं। इनमें भारत की स्थिति व्यापार एवं बाजार की दृष्टि से बेहतर है किन्तु जनसंख्या के भारी दबाव के फलस्वरूप सकल घरेलू उत्पाद (जी डी पी) के अधिक होते हुए भी भारत का प्रति व्यक्ति निर्यात-निष्पादन कम है। बहुपक्षीय व्यापार प्रवृत्तियों के विश्लेषण से हमें यह भी निष्कर्ष प्राप्त होता है कि श्रीलंका निर्यात मूलक अर्थव्यवस्था वाला देश है।

सार्क क्षेत्र में निर्यात व्यापार में वृद्धि अधिक तेजी से हुई है जबकि आयातों में कमी आयी है। ये देश अधिक निर्यात की भरपाई आयात-वृद्धि द्वारा न करके वित्तीय भुगतान द्वारा करने की स्थिति में आ चुके हैं। भारत का निर्यात व्यापार में भी वर्चस्व है और कुछेक वस्तुओं एवं सेवाओं को छोड़ कर लगभग सभी क्षेत्रों में यह निर्यात करता है।

भारत का सर्वाधिक निर्यात ओ0 ई0 सी0 गुट तथा सबसे कम निर्यात व्यापार सी0 आई0 एस0 गुट (स्वतंत्र राज्यों का कामनवेल्थ गुट) से होता है। ओ0 ई0 सी0 डी0 गुट के अन्तर्गत आने वाले प्रमुख देश हैं— बेल्जियम, फ्रांस, जर्मनी, अमेरिका एवं जापान। ये देश यूरोपीय संघ में सम्मिलित हैं जो क्षेत्रीय व्यापारिक गुट का एक महत्वपूर्ण उदाहरण है। भारत का निर्यात व्यापार यूरोपीय संघ के बाद तेल निर्यातक देशों के संगठन (ओपेक) से है। किन्तु हाल के वर्षों में विकासशील देशों की भागीदारी को भारत के विदेशी व्यापार के सदर्भ में अधिक महत्वपूर्ण माना जा रहा है। एशियन डेवलपमेंट आउटलुक 2000 के अनुसार ऐसी आशंका व्यक्त की गई है कि विश्व मंच पर उद्योग और व्यापार में अक्टूबर 1998 से सुस्ती का दौर आरम्भ हो चुका है। विश्व के अनेक देश इसका हल ढूँढने में लगे हैं और अपने प्रयास में उनका कदम वैश्वीकरण अथवा सार्वभौमिकरण की ओर उठता है। किन्तु इसके पीछे मूल कारण अपनी उत्पादित वस्तुओं की माँग में वृद्धि तथा विक्रय बाजार की तलाश करना है। दक्षिण एशियाई सार्क क्षेत्र इस सदर्भ में उनके लिए महत्वपूर्ण बन गया है। इसका मुख्य कारण एशियाई क्षेत्र में सकल घरेलू उत्पाद

(जीडीपी) का 23% (1998) से 1999 में 62% होना है। इनमें दक्षिण एशियाई क्षेत्र, जिसमें सार्क के सदस्य देश आते हैं, का औसत निष्पादन 1999 में 44 प्रतिशत था जो 2000 के प्रारम्भ में 57 प्रतिशत हो गया है।

एशियन डेवलपमेंट आउटलुक-2000 का ऐसा अनुमान है कि दक्षिण एशियाई साक क्षेत्र में सवृद्धि का यह निष्पादन 2000-2001 में 6% हो जायेगा। दक्षिण एशियाई देशों के प्रयासों का प्रत्यक्ष प्रमाण 'सार्क' का 'साफ्टा' तक का सफर है जो शीघ्र ही 'साफ्टा' के रूप में प्राप्त होगा, ऐसी उम्मीद है।

भारत का बहुपक्षीय व्यापार

सार्क के सदस्य देशों में बहुपक्षीय व्यापार के अन्तर्गत भारत का निर्यात व्यापार आयात-व्यापार की तुलना में अधिक रहा है। यह निष्कर्ष हमें सार्क की स्थापना के पूर्व तथा बाद की अवधियों के प्रवृत्ति विश्लेषण से प्राप्त हुआ है। सारांश यह है कि सार्क पूर्व अवधि में भारत का सार्क देशों के साथ कुल व्यापार कम था किन्तु सार्क की स्थापना के बाद भारत का सार्क देशों के साथ बहुपक्षीय व्यापार बढ़ा है तथा विश्व मंच पर अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार में भारत की भागीदारी घट गयी है। इस तरह का निष्कर्ष हमें अपने विश्लेषण में प्राप्त हुआ है क्योंकि 1985 जो कि सार्क की स्थापना का वर्ष है, की तुलना में 1995 में भारत का बहुपक्षीय विदेशी व्यापार सार्क के सदस्य देशों के बीच 355% से बढ़ गया है जबकि विश्व व्यापार में भारत की यह भागीदारी 181% ही बढ़ पायी है। बहुपक्षीय व्यापार के सन्दर्भ में 1995 के बाद के प्रवृत्ति विश्लेषण^{*1} से निम्न तथ्यों पर प्रकाश पड़ता है—

1. सार्क क्षेत्र में भारत एक प्रमुख निर्यातक देश रहा है।
2. सार्क देशों से विदेशी व्यापार सन्तुलन भारत के अनुकूल रहा है।
3. व्यापार की शर्त^{*2} की दृष्टि से भी भारत का निर्यात निष्पादन^{*3} बेहतर है। यह 1980-81 के बाद लगातार बढ़ा है।

*1. Trend Analysis

*2. Terms of Trade

*3. Export performance

- 4 भारत के विदेशी व्यापार का आकार (परिमाण) 1950-51 से 1960-61 की अवधि में 453% बढ़ा, 1960-61 से 1969-70 तक 697%, 1970-71 से 1979-80 तक 391%, 1980-81 से 1990-91 तक 2933%, 1990-91 से 1996-97 तक 340% तथा 1999-2000 तक 1530% बढ़ा है।
- 5 1950 के दशक में भारत के विदेशी व्यापार का मूल्य धीमी गति से बढ़ा। निर्यात लगभग स्थिर और परम्परागत प्राथमिक वस्तुओं तक ही सीमित रहे।
- 6 वैश्वीकरण अथवा उदारीकरण की नीति^{*1} के प्रारम्भ से भारत के निर्यात में अभूतपूर्व वृद्धि हुई है। यह 1991-92 में 353%, 1992-93 में 219%, 1993-94 में 294% तथा 1995-96 में 286% तथा 1992-99 के दौरान बढ़कर 278 प्रतिशत हो गया।
- 7 भविष्य में निर्यात सम्भावनाओं की दृष्टि से सर्वाधिक महत्वपूर्ण तथ्य यह है कि भारत की निर्यात आय में विकासशील देशों के हिस्से में वृद्धि हो रही है। 1987-91 की अवधि में विकासशील देशों का भारत की निर्यात आय में हिस्सा औसतन 160% था जो 1992-99 की अवधि में बढ़कर 278% हो गया है। कुछ एशियाई देशों जैसे श्रीलंका, बांग्लादेश, हॉंगकांग, मलेशिया, सिंगापुर तथा थाईलैंड के निर्यातों में उत्साहजनक वृद्धि हुई।⁶
- 8 जहाँ तक वस्तु अनुसार विभिन्न देशों के निर्यातों का संबंध है 1987-91 से 1992-99 की अवधियों के दौरान अमेरिका का महत्व काफी, तम्बाकू, मसालों, काजू, चमड़ा तथा चमड़े से निर्मित पदार्थ, इंजीनियरिंग वस्तुएं, सिले-सिलाए वस्त्रों, गलीचों जैसी वस्तुओं के लिए बढ़ा है। विकासशील देशों के सर्दार में संयुक्त अरब अमीरात को अनेक भारतीय वस्तुओं का निर्यात बढ़ा है जिनमें चाय, मसाले, समुद्री उत्पाद,^{*2} इंजीनियरिंग वस्तुएं तथा रेडीमेड वस्त्र सम्मिलित हैं।⁷
- 9 नब्बे के दशक में चीन का महत्व समुद्री उत्पादों तथा कच्चे लोहे के लिए दक्षिण कोरिया तथा इंडोनेशिया का महत्व खली के लिए, ईरान का महत्व कच्चे लोहे के लिए तथा

*1. Policy of Liberalisation

*2. MARINE PRODUCTS.

सउदी सऊदी अरब, दक्षिण अफ्रीका तथा सार्क के सदस्य बांगलादेश का महत्व चावल के लिए बढ़ा है।⁹

10 जहाँ तक आयातों की दिशा में परिवर्तन का सम्बन्ध है भारत के आयातों में विकासशील देशों के महत्व में तेजी से वृद्धि आयी है जबकि औद्योगिक देशों का महत्व कम हुआ है।⁹

भारत के विदेशी व्यापार की संरचना एवं दिशा के विश्लेषण से पता चलता है कि भारत ने भौगोलिक दृष्टि से अपने व्यापार-सम्बन्ध बहुत बढ़ा लिए हैं। इसके निर्यात के स्रोत बढ़ गये हैं तथा आयात के विविध स्रोत बने हैं। इस प्रकार भारत ने निर्यात एवं आयात व्यापार के सम्बन्ध में कुछ देशों पर निर्भर रहने से छुटकारा पा लिया है और वास्तव में बहुपक्षीय (बहुमुखी) व्यापार में प्रवेश कर लिया है।

भारत का क्षेत्रीय संगठनों से बहुपक्षीय व्यापार

भारत के बहुपक्षीय व्यापार का उल्लेख क्षेत्रीय संगठनों के सदस्य में करने से यह पता चलता है कि—

- 1 भारत का विदेशी व्यापार नब्बे के दशक में आसियान, कॉमन वेल्थ स्वतंत्र राज्यों (सीआईएस), यूरोपीय संघ, लैटिन अमेरिकी सहयोग संगठन (लैया), उत्तरी अमेरिका मुक्त व्यापार क्षेत्र (नाफ्टा), आर्थिक सहयोग एवं विकास का संगठन (आईसीडी), पेट्रोलियम निर्यातक देशों का संगठन (ओपेक) तथा दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग संगठन (दक्षेस अथवा सार्क) से हुआ है।
- 2 भारत का 1999-2000 में सर्वाधिक निर्यात व्यापार ओईसीडी गुट से तथा सबसे कम निर्यात एवं आयात व्यापार सीआईएस गुट से हुआ है।
- 3 भारत का 1999-2000 में सर्वाधिक आयात व्यापार ओईसीडी गुट से तथा सबसे कम आयात व्यापार 'सार्क' क्षेत्र से हुआ है।
- 4 भारत का सार्क से बहुपक्षीय निर्यात व्यापार अधिक किन्तु आयात-व्यापार कम रहा है।
- 5 भारत का 'सार्क' पूर्व अवधि 1975 में सार्क क्षेत्र में निर्यात-व्यापार 161 मिलियन डालर था, यह सार्क पश्चात अवधि 1995 में बढ़कर 1532 मिलियन डालर के बराबर हुआ है।

6. सार्क-पूर्व अवधि में भारत का आयात व्यापार 1975 में 56 मिलियन डालर से 1996 में 184 मिलियन डालर हो गया है।

विश्लेषण से यह निष्कर्ष प्राप्त हुआ है कि सार्क-पूर्व अवधि में भारत का सार्क देशों के साथ कुल व्यापार कम था जबकि विश्व व्यापार में भारत की भागीदारी अधिक थी। किन्तु 'सार्क' की स्थापना के बाद भारत का सार्क देशों के साथ कुल विदेशी व्यापार बढ़ा है और विश्व व्यापार में भारत की भागीदारी घटी है। भारत के बहुपक्षीय व्यापार की यह वर्द्धमान प्रवृत्ति सार्क देशों के संदर्भ में एक बेहतर तथा शुभ संकेत के रूप में है।

व्यापार शेष*¹ के संदर्भ में विश्लेषण करने से यह निष्कर्ष प्राप्त हुआ है कि सार्क देशों से विदेशी-व्यापार शेष (संतुलन) सार्क की स्थापना वर्ष 1985 के बाद भारत के अनुकूल रहा है। अतः संक्षेप में यह कहा जा सकता है कि—

1. वस्तुओं के व्यापार में सार्क के सदस्य देशों की भागीदारी विश्व व्यापार में 1% है।
2. सेवाओं के व्यापार में सार्क की भागीदारी विश्व व्यापार में 0.8% है।
3. सार्क की स्थापना के बाद भारत का सार्क देशों के साथ बहुपक्षीय विदेशी व्यापार बढ़ा है।
4. सार्क से भारत का बहुपक्षीय आयात व्यापार बहुपक्षीय निर्यात व्यापार से कम रहा है इसका अर्थ यह है कि सार्क क्षेत्र में भारत एक प्रमुख निर्यात देश रहा है।

8.3 द्विपक्षीय व्यापार प्रवृत्तियाँ

दक्षिण एशियाई क्षेत्र में भारत, पाकिस्तान, बांग्लादेश, भूटान, नेपाल, श्रीलंका एवं मालदीव-सार्क के ये सदस्य देश स्थित हैं। ये देश जनसंख्या, प्रति व्यक्ति आय, कृषि, उद्योग एवं सेवा क्षेत्र की बनावट (संरचना), ऊर्जा एवं शक्ति, परिवहन, यातायात एवं दूर संचार आदि दृष्टियों से लगभग समान धरातल पर किन्तु पिछड़ी हुई दशा में अवस्थित हैं। वैश्वीकरण के इस वर्तमान युग में इन्हीं कारणों से दक्षिण एशियाई अल्प विकसित सार्क क्षेत्र को एक "अल्पविकसित प्रदेश" के रूप में स्वीकार किया जा सकता है। इस संदर्भ में सार्क क्षेत्र का व्यापार आंतरिक व्यापार

*1. Balance of Trade.

अथवा अन्तर्क्षेत्रीय व्यापार कहलाएगा जिसे प्रसिद्ध अर्थशास्त्री बर्टिल ओहलिन ने अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार की एक विशिष्ट दशा कहा है।

अन्तर्राष्ट्रीय-व्यापार या तो दो देशों में पारस्परिक विनिमय के आधार पर हो सकता है अथवा एक राष्ट्र अनेक देशों अथवा क्षेत्रों के मध्य व्यापार कर सकता है। प्रारम्भ में व्यापार बहुपक्षीय प्रणाली के आधार पर ही होता था किन्तु बाद में विश्व मंच पर द्विपक्षीय व्यापार प्रणाली भी प्रचलन में आ गयी। जहाँ बहुपक्षीय व्यापार प्रणाली के अन्तर्गत एक संप्रभुता सम्पन्न राष्ट्र विश्व के विभिन्न राष्ट्रों एवं क्षेत्रीय व्यापारिक गुटों के साथ अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार करता है, द्विपक्षीय बाजार प्रणाली के अन्तर्गत व्यापार करने वाले दो देशों में आयात-निर्यात पारस्परिक समझौते के आधार पर किया जाता है। बहुपक्षीय व्यापार में एक देश किसी विशिष्ट देश के साथ व्यापार करने के लिए बाध्य नहीं होता बल्कि मुख्यरूप से वह किसी भी देश अथवा क्षेत्रीय व्यापारिक गुट के साथ व्यापार कर सकता है। द्विपक्षीय व्यापार का प्रचलन हाल के वर्षों में हुआ है। इस नयी व्यवस्था के अन्तर्गत दो देशों में इस बात का पहले समझौता होता है कि किन वस्तुओं का कितनी मात्रा में एवं किस मूल्य पर निर्यात किया जाएगा। वस्तुओं का आयात करने के बाद आयात करने वाला देश अपनी ही मुद्रा में निर्यातक देश का भुगतान करता है। इसमें भुगतान के लिए विदेशी मुद्रा की समस्या पैदा नहीं होती और विनिमय नियन्त्रक अधिकारियों की स्वीकृति के पश्चात् भुगतान करना सरल होता है।

‘सार्क’ क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग का वह मंच है जिसकी परिधि में द्विपक्षीय व्यापार की प्रबल सम्भावनाएं विद्यमान हैं। इसके अतिरिक्त, सार्क के सदस्य देशों में जनसंख्या, भूमि, क्षेत्रफल, प्राकृतिक संसाधन, सकल घरेलू उत्पाद आदि दृष्टियों से भारत का वर्चस्व है, जिसे राजनीतिज्ञ चौधराहट की संज्ञा देते हैं। दूसरे शब्दों में विश्व के मंच पर जो स्थान संयुक्त राष्ट्र अमेरिका का है, सार्क जैसे विकासशील मंच पर वही स्थान भारत का माना जा सकता है।

भारत का सार्क देशों से विदेशी व्यापार का स्वरूप वर्तमान समय में दो रूपों से प्राप्त है—

1. भारत का सार्क देशों से बहुपक्षीय व्यापार, जिसकी व्याख्या पहले किया जा चुका है, तथा
2. भारत का सार्क देशों से द्विपक्षीय व्यापार। इस तरह की व्यापार प्रणाली के अन्तर्गत सार्क क्षेत्र में भारत का नेपाल से व्यापार, भारत का बांग्ला देश से व्यापार, भारत का

श्रीलंका से व्यापार, भारत का पाकिस्तान से व्यापार भारत का मालदीव से व्यापार तथा भारत का भूटान से व्यापार सम्मिलित है। भारत का सार्क क्षेत्र में सदस्य देशों के साथ द्विपक्षीय व्यापार के लिए वस्तुसमूह का उल्लेख अग्रवाल एव पाडेय (1992) के अध्ययन से हमें प्राप्त है। इस अध्ययन से हमें पता चलता है कि भारत का द्विपक्षीय व्यापार में प्रायः सभी तरह की वस्तुओं का समावेश है। यह व्यापार खाद्य पदार्थों, कृषि उपयोगी वस्तुओं, अन्य निर्मित वस्तुओं, ईंधन, रासायनिक वस्तुएँ, मशीनरी और उपकरण के रूप में सम्पादित होता है जिसका उल्लेख पिछले अध्याय-6 में किया जा चुका है।

भारत-नेपाल व्यापार

‘सार्क’ की स्थापना के पश्चात् भारत का सार्क क्षेत्र में द्विपक्षीय व्यापार बढ़ा है। भारत से नेपाल को किया गया निर्यात 90 के दशक से ही वर्द्धमान रहा है। इसमें 20वीं शदी के आरम्भ से तेजी आयी है। भारत-नेपाल व्यापार सम्बन्ध को मजबूत बनाने के लिए नेपाल के प्रधानमंत्री जी०पी० कोइराला 31 जुलाई 2000 से एक सप्ताह भारत यात्रा पर रहे। इस दौरान दोनों देशों के बीच हाल में उत्पन्न हुए विवादों को दूर करने और द्विपक्षीय रिश्तों को सहयोग के नये मार्ग पर ले जाने की दृष्टि से श्री कोइराला की यह यात्रा महत्वपूर्ण रही है। नेपाल में आई एसआई द्वारा संचालित गतिविधियों, जलससाधन के संयुक्त दोहन के उपाय, विमान अपहरण के बाद सुरक्षा के मुद्दे का हल, 1951 किमी लम्बी सीमा पर सीमा निर्धारण को लेकर विवाद तथा नेपाल में भूटान के शरणार्थियों की समस्या आदि को लेकर दोनों देशों के शीर्ष नेताओं के बीच समाधान खोजने के उद्देश्य से वार्ताएं हुईं। इस यात्रा की प्रमुख उपलब्धियाँ निम्नवत् हैं—

- 1 भारत नेपाल सन्धि, 1950 और व्यापार एवं पारगमन समझौते पर विचार किया गया।
- 2 भारत-नेपाल से होने वाले आयात पर लगाया गया 4% अतिरिक्त शुल्क खत्म कर देगा, बदले में नेपाल भारत से कारों का आयात निर्वाध रूप से होने देगा तथा दूसरे देशों के ‘एक्रीलिक यार्न’ से भारतीय बाजार को पाटने का प्रयास नहीं करेगा।

हाल के वर्षों में भारत-नेपाल के बीच 2844 करोड़ रुपये का द्विपक्षीय व्यापार हुआ है जिसमें भारत का निर्यात 2026 करोड़ रुपये और नेपाल का निर्यात 818 करोड़ रुपये है। नेपाल को भारत मुख्यतः जूट के सामान, दाल, दूधपेस्ट, पालियेस्टर धागा, चिकित्सकीय पौधे,

चमड़ा, इलायची, घी, अदरक आदि आयात करता है जबकि भारत नेपाल को मशीनी उपकरण, दवाएँ, परिवहन वाहन, इलेक्ट्रिकल वस्तुएँ, कपड़ा, बेबी फूड, कृषि उपकरण, तम्बाकू, कोयला, कागज, चीनी मसाले आदि निर्यात करता है।

भारत-नेपाल का सीमावर्ती व्यापार वैध कम और अवैध अधिक रहा है। यह चिन्ता का विषय है और इस पर नियन्त्रण बहुत आवश्यक है। इस सन्दर्भ में दोनों की सरकारों द्वारा समय-समय पर अनेक उपाय भी किये गये हैं, जिनका उल्लेख पिछले अध्याय-6 में किया जा चुका है। इनमें एक प्रमुख सुझाव यह है कि भारत नेपाल के मध्य व्यापारिक सम्बन्धों को बढ़ाने के लिए दोनों देशों को संयुक्त प्रयास करने होंगे। इन प्रयासों द्वारा सीमेंट, कागज एवं लुगदी उद्योग, डीजल पंपिंग सेट, लौह एवं स्टील परियोजनाएँ सिंथेटिक टेक्सटाइल्स, रेडीमेड गारमेंट्स, दूर संचार के उपकरण, हाइड्रोइलेक्ट्रिक उपकरण, चिकित्सीय प्रदार्थ एवं औषधियाँ, चमड़े की वस्तुएँ आदि को सम्मिलित किया जाना चाहिए। इस तरह, भारत एवं नेपाल के मध्य व्यापार की प्रबल सम्भावनाएँ विद्यमान हैं।

भारत-बांग्लादेश व्यापार

द्विपक्षीय व्यापार की दृष्टि से भारत-बांग्लादेश विदेशी व्यापार भारत के अनुकूल है। भारत की विदेशी व्यापार प्रवृत्तियाँ नेपाल को छोड़कर अन्य सार्क देशों से न्यून स्तर का है। भारत का बांग्ला देश से विदेशी व्यापार प्रवृत्ति इसका अपवाद नहीं है।

भारत एवं बांग्लादेश के मध्य सीमावर्ती क्षेत्रों से बड़ी मात्रा में अवैध व्यापार किया जाता है। ये व्यापार दोनों देशों की अर्थव्यवस्थाओं में प्रतिकूल प्रभाव उत्पन्न करते हैं। यह दोनों देशों के मध्य वैध व्यापार की एक मुख्य बाधा है।

बांग्लादेश भारत का एक पड़ोसी देश है जिसे विदेशी व्यापार में प्राकृतिक लाभ प्राप्त है। किन्तु इस प्राकृतिक लाभ को भारत एवं बांग्लादेश पूरी तरह से नहीं उठा पा रहे हैं। इन देशों के मध्य द्विपक्षीय व्यापार में वृद्धि की प्रबल सम्भावनाएँ विद्यमान हैं जिनका लाभ दोनों देशों को अपनी व्यापारिक एवं विदेश नीतियों में उचित परिवर्तन द्वारा प्राप्त करना होगा।

भारत-श्रीलंका व्यापार

भारत श्रीलंका द्विपक्षीय व्यापार के सदर्भ में भारत लाभ में रहा है। और, श्रीलंका भारत के साथ विदेशी व्यापार हेतु सदैव इच्छुक रहा है। इसकी पुष्टि सार्क देशों के अधिकारियों

के 13 नवम्बर 2000 को कोलम्बो में सम्पन्न हुए तीन दिवसीय सम्मेलन में श्रीलंका के विदेश मंत्री लक्ष्मण कादिर कमर के वक्तव्य द्वारा होती है।¹⁰

भारत के पड़ोसी अन्य सार्क देशों की भाँति भारत श्रीलंका के मध्य वैध व्यापार के अतिरिक्त अवैध व्यापार की मात्रा कम नहीं है। इस अवैध व्यापार से वस्तुओं और सेवाओं का व्यापार तथा पूँजी का अंतरण बड़ी मात्रा में प्रभावित होता है। श्रवननाथन (1994) के अध्ययन के अनुसार—

- 1 भारत श्रीलंका के मध्य द्विपक्षीय अवैध व्यापार की मात्रा वैध व्यापार की तुलना में अधिक है।
2. श्रीलंका का भारत से वैध व्यापार घाटा भी अवैध व्यापार की तुलना में अधिक है।
- 3 भारत से श्रीलंका को तथा श्रीलंका से भारत को वैध पूँजी अंतरण की तुलना में अवैध पूँजी अंतरण की मात्रा अधिक रही है।

प्रस्तुत अध्ययन के अध्याय-6 के अनुसार यह भी कहा जा सकता है कि श्रीलंका का भारत से अवैध व्यापार बहुत अधिक रहा है जबकि भारत का श्रीलंका से अवैध व्यापार की मात्रा कम रही है।

श्रवननाथन (1994) का अध्ययन भारत श्रीलंका के मध्य “स्वतंत्र-व्यापार नीति”^{*1} का सुझाव देता है। इससे दोनों देशों के मध्य वैध द्विपक्षीय व्यापार को बढ़ावा मिलेगा और सीमावर्ती अवैध व्यापार को रोका जा सकेगा।

भारत-पाकिस्तान व्यापार

पाकिस्तान भारत का सहोदर पड़ोसी देश है। भारत एवं पाकिस्तान दोनों ही सार्क के सक्रिय सदस्य देश हैं किन्तु आपसी मतभेद से दोनों देशों के मध्य द्विपक्षीय व्यापार सदैव बाधा युक्त रहा है। अध्याय-6 में किये गए विश्लेषण से हमें यह निष्कर्ष प्राप्त होता है कि सार्क-पूर्व अवधि में पाकिस्तान-भारत-व्यापार में भारत की भागीदारी अधिक थी किन्तु सार्क पश्चात अवधि में इस भागीदारी में कमी आयी है। भारत का पाकिस्तान को निर्यात न के बराबर रहा है जबकि भारत ने पाकिस्तान से आयात-व्यापार किये हैं।

*1. Free Trade Policy.

अप्रैल 1993 के सातवे ढाका शिखर सम्मेलन में भारत और पाकिस्तान के गम्भीर द्विपक्षीय विवादों के बावजूद एक दक्षिणी एशिया प्राथमिकता व्यापार व्यवस्था अथवा 'साप्टा' पर हस्ताक्षर किये गये। इसके अतिरिक्त, भारत एवं पाकिस्तान के उद्योगपतियों ने द्विपक्षीय व्यापार को बढ़ाने की दशा में 10 अप्रैल 1999 को "इंडो-पाक चैंबर आफ कामर्स एंड इंडस्ट्री" की स्थापना द्वारा दोनों के मध्य बाधित व्यापार को नयी गति देने का प्रयास किया गया।

अभी हाल में 23 फरवरी 2001 को श्रीलंका की राष्ट्रपति 'चंद्रिका कुमार तुंग' ने भारत के प्रधानमंत्री अटल बिहारी वाजपेयी के साथ हुई वार्ता के दौरान दक्षिण एशिया के हित में सार्क (दक्षेस) का सम्मेलन बुलाये जाने की आवश्यकता को रेखांकित किया है।¹¹ यह सम्मेलन 1999 में नेपाल की राजधानी काठमांडू में होने वाला था, लेकिन भारत द्वारा उसमें पाकिस्तान के सैन्य शासन के भाग लेने पर कड़ी आपत्ति जताने पर उसे निरस्त कर दिया गया। भारत द्वारा सार्क की स्थायी समिति की बैठक आयोजित करने पर सहमति जताने के फलस्वरूप भारत और पाकिस्तान के बीच द्विपक्षीय वार्ता एवं व्यापार की सम्भावना बढ़ी है।¹²

भारत-मालदीव व्यापार

भारत-मालदीव द्विपक्षीय व्यापार प्रवृत्तियों में मालदीव का भारत को निर्यात 'नगण्य' कहा जा सकता है किन्तु भारत का मालदीव को निर्यात व्यापार की प्रवृत्ति अच्छी रही है। निष्कर्ष रूप में यह भी कहा जा सकता है कि भारत-मालदीव व्यापार सम्बन्ध नेपाल, बांग्लादेश, एवं श्रीलंका जैसे देशों की तुलना में बेहतर नहीं है। इसका प्रमुख कारण मालदीव का एक छोटा राष्ट्र होना है जिसमें मछली-निर्यात एवं पर्यटन उद्योग की प्रधानता है।

भारत-भूटान व्यापार

भारत-भूटान द्विपक्षीय व्यापार-प्रवृत्ति को भी बेहतर नहीं कहा जा सकता। भूटान भारत से व्यापार न करने की मनोवृत्ति वाला देश है। इसका प्रमुख कारण उसकी सामरिक एवं राजनीतिक स्थितियाँ कही जा सकती हैं।

सार्क का भविष्य एवं भारत की भूमिका

सार्क के सदस्य देशों मध्य भारत के द्विपक्षीय व्यापार की महत्वपूर्ण भूमिका रही है। भारतीय अर्थव्यवस्था एक विकासशील किन्तु वृहद बाजार अर्थव्यवस्था^{*1} है जो सार्क के अन्य

*1. Vast Market Economy.

सदस्य देशों की निर्यात-आवश्यकताओं को अपने में खपाने की क्षमता रखती है। इस तरह, सार्क के अन्य सदस्य देशों से भारत द्वारा किए गए आयात को भारत की घरेलू अर्थव्यवस्था की माँग के अनुरूप ढाला जा सकता है। यद्यपि भारत को स्वयं इन वस्तुओं के आयात की आवश्यकता नहीं है किन्तु बड़े एवं विस्तृत बाजार के कारण भारत में इन आयात-वस्तुओं का उपभोग किया जा सकता है। इससे निम्न निष्कर्षों पर भी प्रकाश पड़ता है—

- 1 भारत एक आत्म निर्भर देश है। इसका सार्क क्षेत्र में राजनीतिक एवं आर्थिक वर्चस्व है।
- 2 भारतीय अर्थव्यवस्था में वृहद् बाजार अर्थव्यवस्था के गुण मौजूद होने से अन्य सार्क देशों की निर्यात-वस्तुओं की खपत आसानी से की जा सकती है।
- 3 सार्क के सदस्य देशों के संयुक्त प्रयास एवं सहयोग से दक्षिण एशियाई प्रदेश अथवा सार्क क्षेत्र में न केवल वस्तुओं एवं सेवाओं के व्यापार-विस्तार में मदद मिलेगी बल्कि सामाजिक सांस्कृतिक सहयोग को भी प्रोत्साहन मिलेगा।
- 4 सार्क क्षेत्र में मुक्त व्यापार*¹ को प्रोत्साहित करना होगा। इससे सीमावर्ती अवैध व्यापार प्रवृत्तियों को रोकने में मदद मिलेगी।
- 5 द्विपक्षीय व्यापार के सम्बन्ध में भारत को नेपाल, बांग्लादेश, श्रीलंका, पाकिस्तान से सीमावर्ती व्यापार को उदार को बनाना होगा। इसके लिए व्यापार को 'रियायती एवं प्रोत्साहन मूलक' बनाना होगा। इससे सार्क के अन्तः क्षेत्रीय व्यापार को बढ़ावा मिलेगा जो भविष्य में सार्क क्षेत्र को एक स्वतंत्र व्यापार क्षेत्र अर्थात् 'साफ्टा' के रूप में विकसित करने में सहायक होगा।

8.4 विकास—परिदृश्य*²

भारत, का सार्क देशों से विदेशी व्यापार विकास*³ को उत्प्रेरित करता है। विकास की यह प्रेरणा "टु एण्ड फ्रो" प्रणाली*³ पर आधारित है। इस प्रणाली के अन्तर्गत न केवल भारत को ही अकेले लाभ है बल्कि लाभ के ये अवसर सार्क के अन्य देशों के लिए भी महत्वपूर्ण रूप से प्राप्त

*1. Free Trade.

*2. Perspectives on Development.

*3. To and Fro System.

है। इस तरह, विकास की 'टु एण्ड फ्रो' प्रणाली के अन्तर्गत शोषण की कोई गुजाइश नहीं है। सम्पूर्ण प्रणाली मैत्री एव सहयोग पर आधारित है। यहाँ विकास परिदृश्यों का उल्लेख एशियाई डेवलपमेंट आउट लुक-2000 के आधार पर किया गया है।

विश्व के विकासशील क्षेत्रों में सवृद्धि का प्रतिशत बढ़ा है। यह 1998 में 3.2 प्रतिशत था जो बढ़कर 1999 में 3.5% हुआ है। एशियाई आर्थिक सम्भावनाओं में भी महत्वपूर्ण परिवर्तन हुआ है। एशियाई क्षेत्र की अनेक अर्थव्यवस्थाएँ 1998 में औद्योगिक एव व्यापारिक सुस्ती और पूँजी प्रवाह की कमी से ग्रसित थीं। जिससे इन देशों का विकास निष्पादन निराशापूर्ण था। किन्तु 1999 के प्रारम्भ से एशियाई क्षेत्र का औसत विकास बढ़कर 4.4% हो गया जो 1999 के अंत तक पुनः बढ़कर 5.7% हो गया। एशियन डेवलपमेंट आउटलुक 2000 का अनुमान¹⁴ है कि विकास का यह प्रतिशत बढ़कर 6% हो जायेगा। 1999 की वर्ष में दक्षिणी एशिया का विकास निष्पादन 5.5% था जो 1998 की तुलना में घट गया है किन्तु ऐसी आशा की जाती है कि विकास का यह प्रतिशत 6.4% अथवा 6.6% तक पहुँच जायेगा। तालिका 7.6 से हमें यह भी पता चलता है कि सकल घरेलू उत्पाद की वार्षिक वृद्धि दक्षिण एशियाई क्षेत्र अथवा सार्क क्षेत्र में 5% अवश्य रहा है। जबकि इससे खराब स्थिति प्रशान्त क्षेत्र, दक्षिण पूर्व एशिया क्षेत्र तथा केन्द्रीय एशियाई गणराज्यों की रही है।

आर्थिक संकेतकों में मुद्रास्फीति भी एक महत्वपूर्ण संकेतक है। प्रतिशत परिवर्तन की दृष्टि से दक्षिण एशिया में मुद्रा स्फीति 4.1% रही है। यह सम्पूर्ण एशिया के औसत से अधिक है किन्तु प्रशान्त क्षेत्र, दक्षिण पूर्व एशियाई गणराज्यों से बेहतर है।

चालू खाते के सन्तुलन की दृष्टि से दक्षिण अफ्रीका का निष्पादन बेहतर नहीं कहा जा सकता क्योंकि यह निष्पादन ऋणात्मक है और (-) 2.2% है। संक्षेप में हम कह सकते हैं कि एशियाई क्षेत्र में दक्षिण एशियाई एक महत्वपूर्ण निष्पादन क्षेत्र के रूप में हाल के वर्षों में उभरा है। इस क्षेत्र की सवृद्धि दर का औसत 1998 में 6.2 तथा 1999 में 5.5% रहा है।¹⁵

एशियन डेवलपमेंट आउटलुक 2000 के अनुसार दक्षिण एशिया के अन्तर्गत भारत, नेपाल, बांग्लादेश, पाकिस्तान भूटान, श्रीलंका और मालदीव नामक देश आते हैं (परिशिष्ट-4) ये देश ही सार्क के सदस्य देश हैं। सार्क के सदस्य देशों की सवृद्धि दरों को 1999 से 2001 के

लिए चित्र 8.1 में प्रस्तुत किया गया है। चित्र से स्पष्ट है कि 2001 में मालदीव की विकास प्रवृत्ति वर्द्धमान है किन्तु भारत, बांगलादेश, नेपाल, तथा श्रीलंका में वृद्धि दरों का प्रतिशत कम हुआ है। पाकिस्तान एवं भूटान में विकास दरों का प्रतिशत न तो बढ़ने का संकेत देता है न तो घटने का।

तालिका 8.6

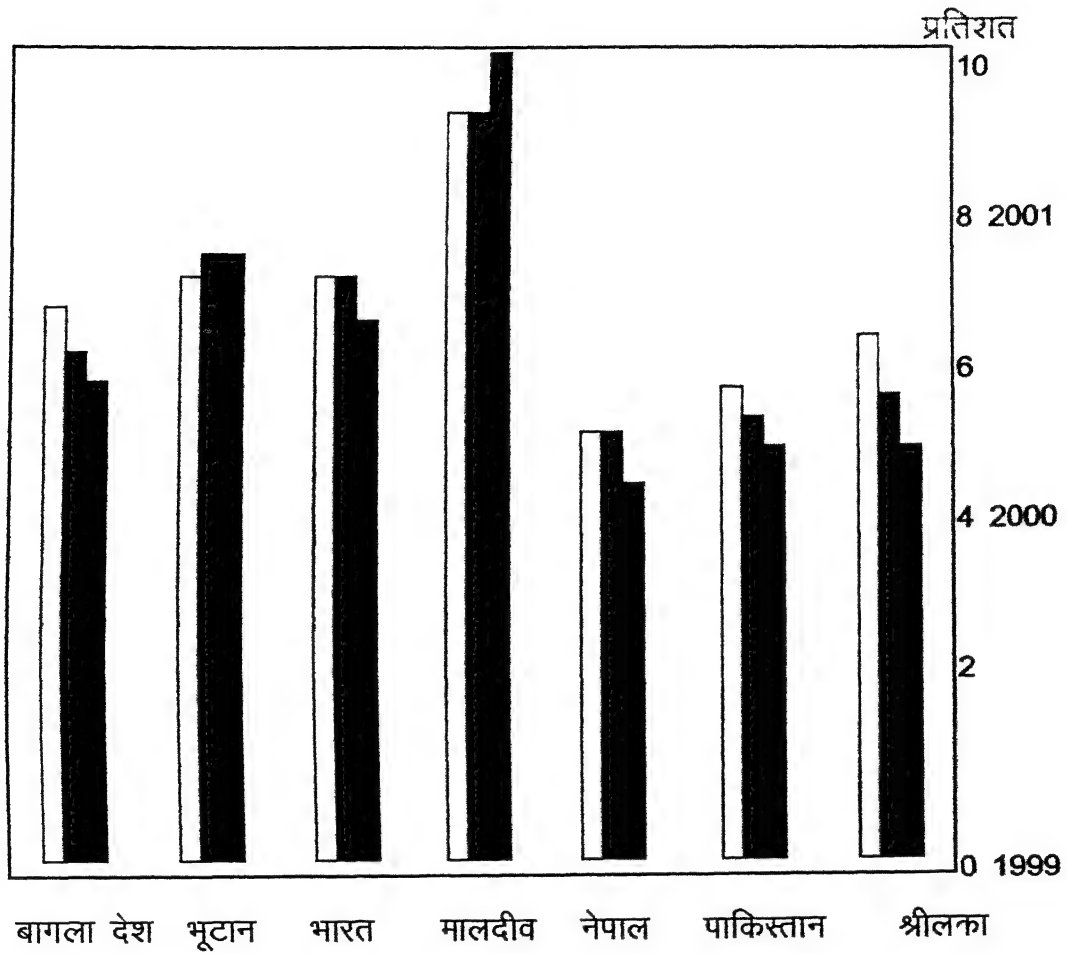
प्रमुख आर्थिक संकेतक : विकासशील एशिया 1997-2001

(प्रतिशत में)

	1997	1998	1999	2000	2001
सकल घरेलू उत्पाद (वार्षिक परिवर्तन)					
विकासशील एशिया	60	23	62	62	60
नयी औद्योगिक अर्थव्यवस्थाएँ	57	-19	70	65	60
चीनी गणराज्य एवं मंगोलिया	87	78	71	65	60
केन्द्रीय एशियाई गणराज्य	33	08	28	30	36
दक्षिण-पूर्व एशिया	37	-75	32	46	50
दक्षिण एशिया	47	62	55	64	66
प्रशान्त क्षेत्र	-32	12	44	-	-
मुद्रा स्फीति					
(उपभोक्ता मूल्य सूचकांक में परिवर्तन)					
विकासशील एशिया	43	55	16	30	33
नयी औद्योगिक अर्थव्यवस्थाएँ	35	39	-04	18	26
चीनी गणराज्य एवं मंगोलिया	28	-08	-14	18	20
केन्द्रीय एशियाई गणराज्य	214	114	219	151	107
दक्षिण-पूर्व एशिया	55	213	74	47	46
दक्षिण एशिया	56	71	41	50	54
प्रशान्त क्षेत्र	39	99	104	-	-
बालू खाता शेष/जी डी पी					
विकासशील एशिया	05	41	38	15	05
नयी औद्योगिक अर्थव्यवस्थाएँ	16	93	64	37	24
चीनी गणराज्य एवं मंगोलिया	33	30	12	-04	-09
केन्द्रीय एशियाई गणराज्य	-04	-45	-20	-24	-23
दक्षिण-पूर्व एशिया	-34	70	76	33	08
दक्षिण एशिया	-14	-19	-22	-39	-30
प्रशान्त क्षेत्र	-09	18	-	-	-

स्रोत एशियन डेवलेपमेंट आउटलुक, 2000

चित्र- 8.1
संवृद्धि दरें : दक्षिण एशिया 1999-2001



सकेत 1999
 2000
 2001

भारत

भारत, दक्षिण एशिया का सबसे बड़ा देश है। भारतीय अर्थव्यवस्था को विकास निष्पादन की दृष्टि से उड़ान से पूर्व की अवस्था¹ वाला देश कहा जा सकता है।

विकास के जो आर्थिक संकेतक 1997-2001 के लिए प्राप्त हैं, उनसे स्पष्ट होता है कि भारत निष्पादन नेपाल, बांगलादेश, पाकिस्तान एवं भूटान से बेहतर है किन्तु मालदीव एवं श्रीलंका इससे बेहतर हैं। भारतीय अर्थव्यवस्था के विकास के प्रमुख संकेतकों को तालिका 8.11 में दिया गया है, जिनसे हमें निम्न निष्कर्ष प्राप्त होते हैं—

- 1 भारत की सकल घरेलू उत्पाद में वृद्धि 5% से अधिक रही है। यह 1997 में 5% से बढ़कर 1998 में 6.8% हुई है, जो एक रिकार्ड वृद्धि का संकेत करती है। किन्तु 1999 में भारतीय अर्थव्यवस्था में सकल घरेलू उत्पाद की वृद्धि घटकर 5.9% हुई है। यह गतवर्ष की तुलना में बेहतर नहीं है। इसका मुख्य कारण कृषि क्षेत्र का निम्न विकास, राजनीतिक अस्थिरता एवं राष्ट्रवादी भावना में कमी का होना है।
- 2 कृषि क्षेत्र के निम्न विकास से भारतीय अर्थव्यवस्था के उद्योग एवं सेवा क्षेत्रों का निष्पादन भी प्रभावित हुआ है। यद्यपि औद्योगिक उत्पादों में वृद्धि 4% से बढ़कर 6.5% हुई है। जिसका मुख्य कारण उपभोक्ता वस्तुओं, मशीनरी एवं सीमेंट में वृद्धि का पाया जाना है। ऑटोमोबाइल एवं स्टील उत्पादन में भी वृद्धि के संकेत भारतीय अर्थव्यवस्था में प्राप्त हुए हैं।
- 3 सकल घरेलू निवेश तथा सकल घरेलू बचतों में भी कमी आयी है।
- 4 भारत के निर्यात एवं आयात व्यापार में वृद्धि के संकेत प्राप्त हुए हैं।

तालिका 8.7

प्रमुख आर्थिक संकेतक : भारत 1997-2000

(प्रतिशत में)

मदे	1997	1998	1999	2000	2001
1 जी डी पी सवृद्धि	5.0	6.8	5.9	7.0	7.0
2 सकल घरेलू निवेश/जी डी पी	26.2	23.4	22.5	24.0	25.0
3 सकल घरेलू बचत/जी डी पी	24.7	22.3	21.0	22.0	23.0
4 मुद्रा स्फीति की दर (उपभोक्ता मुख्य सूचकांक)	4.8	6.9	3.3	4.8	5.0
5 मुद्रा पूर्ति में वृद्धि	18.0	18.4	16.0	17.0	17.0
6 राजकोषीय शेष/जी डी पी	-4.8	-5.0	-5.5	-5.0	-4.0
7 निर्यात वृद्धि	4.5	-3.9	10.00	4.5	5.0
8 आयात वृद्धि	4.6	0.9	9.0	7.0	8.0
9 चालू खाता शेष/जी डी पी	-1.3	-1.0	-1.5	-1.8	-1.8
10 ऋण सेवा/निर्यात	24.7	24.4	23.5	22.3	22.0

Sources, Central Statistical Organization (1999) Reserve Bank of India (1998); Ministry of Finance (2000).

भारतीय अर्थव्यवस्था में 1995-99 की अवधि राजनीतिक एवं विदेशी वातावरण की दृष्टि से अच्छे नहीं कहे जा सकते। भारत सरकार के इकोनामिक सर्वे, 2000-2001 के अनुसार एशिया और रूस में संकट के पश्चात जो सार्वभौम आर्थिक और वित्तीय स्थिति बिगड़ी वह 1999 में तेजी से सुधरी और 2000 में इसने मजबूती प्राप्त करना जारी रखा।²⁰

भारत का पण्य-व्यापार- विदेशी क्षेत्र के अन्तर्गत निर्यातों के सन्दर्भ में वर्ष 1998-99 में शून्य वृद्धि की तुलना में वर्ष 1999-2000 की तुलना में उल्लेखनीय बढ़ोतरी हुई है।²¹ कच्चे तेल और पेट्रोलियम उत्पादों की अन्तर्राष्ट्रीय कीमतों के बढ़ने के कारण तेल आयात बिल में 63% की वृद्धि के बावजूद वर्ष 1999-2000 में चालू घाटा सकल घरेलू उत्पाद के 0.9% पर नियन्त्रित रखा गया। व्यापार उदारीकरण, टैरिफ में कमी और सूचना प्रौद्योगिकी जैसे

निर्यातोनमुखी क्षेत्र को मे विदेशी निवेश के अधिक खुलेपन के साथ रुपये के अवमूल्यन के कारण वर्ष 2000-2001 मे निर्यात मे महत्वपूर्ण वृद्धि हुई है।

वाणिज्यिक सूचना एव सांख्यिकी महानिदेशक के अनुसार वर्ष 1980-2000 की अवधि में कृषि से सम्बद्ध उत्पादों और विनिर्मित सामानों के निर्यातों में वृद्धि हुई है जो तालिका 8.12 से सुस्पष्ट है। यह भारत सरकार की नयी व्यापार नीति^{*1} का सुपरिणाम है।

तालिका 8.8
निर्यातों की वृद्धि : 1980-2000

	वार्षिक औसत वृद्धि दरे		प्रतिशत हिस्सा	
	1980-81	1992-93	1980-81	1992-93
	से	से	से	से
	1991-92	1999-00	1991-92	1999-00
1 कृषि और सबद्ध उत्पाद	3.3	8.1	24.2	18.3
2 विनिर्मित वस्तुएँ	10.1	10.6	62.0	76.6
3 कुल निर्यात	7.4	10.1	100.0	100.0

स्रोत : इकॉनॉमिक सर्वे, 2000-2001, भारत सरकार

भारत की व्यापार नीति

व्यापार नीति में सुधारों का लक्ष्य निर्यात में तीव्र वृद्धि प्राप्त करने का वातावरण सृजित करना, विश्व निर्यात में भारत की भागीदारी में वृद्धि करना और उच्च आर्थिक विकास के लिए निर्यात को एक माध्यम बनाना है। भारत की आयात-निर्यात नीति^{*1} अथवा व्यापार नीति में 1991 के बाद अनेक संस्थागत एवं आधारभूत परिवर्तन किये गये हैं। केन्द्रीय बजट 1999-2000 में घोषित उन उपायों का उल्लेख इस प्रकार है, जिनका संबंध सार्क देशों के मध्य निर्यात वृद्धि से है—

- 1 सार्क देशों के साथ व्यापार को बढ़ावा देने के लिए भारत के वित्त मंत्रालय द्वारा इन देशों से आयात पर सीमा शुल्क में तरजीही आधार पर व्यापक रियायतें दी गयी हैं।¹²
- 2 नयी शुल्क वापसी दरों की घोषणा दिनांक 1 जून 1999 से घोषित की गयी है। नयी दरें जिनमें उत्पाद शुल्क का पुनः निर्धारण और अधिभार शामिल है, 155 मदों का उच्चदर, 489 मदों के लिए दरों को युक्तियुक्त बनाना और 193 मदों पर विद्यमान दर लागू की गयी है।

भारत में, विदेशी व्यापार को बढ़ाने के लिए वर्ष 2000-2001 में जिन महत्वपूर्ण उपायों को अपनाया गया है उनका संक्षिप्त विवरण निम्नानुसार है—

- 1 बुनियादी सीमा शुल्क की अधिकतम दर 40 प्रतिशत से घटाकर 35% प्रतिशत की गई और सीमा शुल्क दरों में स्लैब संख्या पांच के स्थान पर चार कर दी गई है। (अर्थात् 35,25,15 और 5 प्रतिशत)।
- 2 विभिन्न मदों (अधिकांशतः उपभोक्ता सामान एवं कृषि उत्पाद) पर शुल्क, जिन पर मात्रात्मक प्रतिबंध हटाये गये हैं, की अधिकतम दर (35 प्रतिशत + अधिभार) लगाई गई है ताकि इन मदों को पर्याप्त टैरिफ संरक्षण दिया जा सके।
- 3 आयातों एवं निर्यातों को शासित करने वाले नियमों एवं विनियमों की बहुलता से निर्यात उत्पादन को मुक्त करने को प्रोत्साहित करने के दृष्टि से विशेष आर्थिक जोनों^{*2} की स्थापना।
- 4 निर्यात संबंधित आधार सुविधाओं के विकास के लिये राज्यों को उनके निर्यात निष्पादन के आधार पर सहायता प्रदान करने हेतु स्कीम तैयार करना।
- 5 1 अप्रैल, 2001 से विशेष आयात लाइसेंस समाप्त करने सहित वर्तमान निर्यात संवर्धन स्कीमों को युक्तिसंगत बनाना।
- 6 महत्वपूर्ण (कोर) क्षेत्रों के लिये घोषित निर्यातों में तेजी लाने हेतु क्षेत्र विशिष्ट उपाय।
- 7 एसआईएल के प्रत्यर्पण पर कोई लाइसेंस प्राप्त किये बिना 10 वर्ष से कम पुराने पूंजी समान के आयात की अनुमति।
- 8 पात्र श्रेणियों को समान रूप से लाभ प्रदान करके और पूंजीगत मालों की परिभाषा में विस्तार करके मान्य निर्यात लाभों को युक्तिसंगत बनाया गया।
- 9 वस्त्र निर्यातों में तेजी लाने के लिए नयी वस्त्र उद्योग नीति में लघु उद्योग-आरक्षण की परिसीमा से वस्त्र उद्योग का अनारक्षण।

*1. EXIM POLICY.

*2. Special Economic Zones.

भारत ने 30 नवम्बर से 3 दिसम्बर 1999 तक सिएटल में आयोजित विश्व व्यापार सगठन^{*1} के तृतीय मंत्रीस्तरीय सम्मेलन में भाग लिया। व्यापार व्यवस्था, प्रतिस्पर्धा नीति, सरकारी प्राप्ति में पारदर्शिता, व्यापार सरलीकरण, व्यापार तथा श्रम मानदंड और व्यापार एवं पर्यावरण प्रारंभ करने के प्रस्तावों सहित व्यापक दायरे के क्षेत्रों पर वार्ताओं का दौर शुरू करने के लिए सम्मेलन से समर्थन प्राप्त करने के लिए भारत ने सार्क, जी-15 तथा जी-77 मंचों के माध्यम से अपने विचारों को आगे बढ़ाने के लिए राजनयिक कदम भी उठाए हैं।²³

किन्तु ये कदम अपर्याप्त होंगे जब तक कि भारत अपने घरेलू अर्थव्यवस्था के निर्यात व्यापार को बढ़ाने के लिए एक 'समन्वित पैकेज' नहीं तैयार कर लेता। इस समन्वित पैकेज की रूपरेखा को निम्नानुसार प्रस्तुत किया जा सकता है—

1. भुगतान असन्तुलन के संभावित खतरे से निपटने के लिए तथा व्यापार घाटे को नियन्त्रण में लाने के लिए निर्यातों में महत्वपूर्ण वृद्धि के अलावा हमारे आगे और कोई विकल्प नहीं है, किन्तु इस दशा में तमाम कोशिशों के बावजूद वास्तविकता के स्तर पर कुछ नहीं किया गया है।
2. निर्यात वृद्धि के लिए सबसे बड़ी अड़चन निर्यात प्रशासन से जुड़ी हमारी अपनी मशीनरी है। निर्यातक इस बात को हमेशा से कहते आ रहे हैं कि विदेशी व्यापार महानिदेशालय (डी जी एफ टी)^{*2} के अन्दर जैसा माहौल है, वह निर्यातकों को प्रोत्साहन देने के बजाय हतोत्साहित करता है। अतः डी.जी.एफ.टी. की कार्य प्रणाली में आमूल-चूल परिवर्तन करना होगा।
3. निर्यात सम्बन्धी नियम कायदों और उनकी प्रक्रिया को सरल बनाना होगा। जिससे भारतीय अर्थव्यवस्था के निर्यात व्यापार की प्रक्रिया सरल हो सके। उदाहरण के लिए सदस्य देश श्रीलंका में निर्यात से सम्बन्धित प्रक्रियाएँ काफी सरल हैं।
4. निर्यात बढ़ाने में सबसे बड़ी बाधा बुनियादी ढांचा है। भारत में निर्यात-उत्पादन को सामान्य उत्पादन-क्षेत्र जैसी ही घटिया दर्जे की बुनियादी ढांचा सुविधाएँ प्राप्त हैं।

*1. World Trade Organisation-W.T.O.

*2. Directorate General of Foreign Trade D.G.F.T.

उदाहरण के लिए-बिजली, पानी और सड़क, बन्दरगाह, विमानपत्तन और कन्टेनर सुविधाएँ। इस सगठनो में आये दिन हड़ताल होती रहती है और अक्सर इसका दुष्परिणाम निर्यात और निर्यातको को उठाना पड़ता है।

- 5 निर्यात उत्पादन एक विशेष किस्म का उत्पादन होता है। जिसमें गुणवत्ता, तथा समय पर उसकी डिलीवरी का विशेष महत्व है। किन्तु भारतीय अर्थव्यवस्था में इस पर अधिक ध्यान नहीं दिया गया है। विशेषकर छोटे पैमाने के उद्योगों में विदेशी प्रतिस्पर्धा से निपटने के लिए निर्यातको को आधुनिक प्रौद्योगिकी तथा भारी मात्रा में निवेश की सुविधाएँ देना आवश्यक है। सम्बन्धी रियायतों को इन सुविधाओं में सम्मिलित किया जाना चाहिए। इसके अतिरिक्त, सरकार को निर्यात उत्पादन में वृद्धि के लिए जरूरी कच्चे मालों पर आयात शुल्कों में कमी करनी चाहिए।

8.5 सम्भावनाएँ

पिछले दशक को भारतीय अर्थव्यवस्था के सुधारों का दशक कहा जा सकता है। जहाँ इस दशक के प्रारम्भिक वर्षों में औद्योगिक, वित्तीय और विदेशी क्षेत्रों के संरचनात्मक सुधारों का पहला चरण दृष्टिगोचर होता है, वहाँ अंतिम वर्ष आर्थिक पुनर्संरचना के दूसरे चरण के शुभारम्भ को प्रदर्शित करते हैं। यह सुधार दशक अनुकूल प्रतिक्रिया प्राप्त करने में सफल रहा है जैसा कि सकल घरेलू उत्पाद की उच्चवृद्धि दर, सतोषजनक विदेशी मुद्रा रिजर्व, अल्पकालिक ऋण स्थिति सुधार, सामान्य मुद्रास्फीति एवं निर्यातों की तेजी से प्रदर्शित होता है।

इस समय अर्थव्यवस्था एक कठिन स्थिति में है। आगामी वर्ष 2001-2002 में वृद्धि की कुछ समस्याओं का सामना करना पड़ सकता है। लगातार दूसरे वर्षों अनियमित वर्षों के कारण वर्ष 2000-2001 में कृषि विकास कम या शून्य रहा है। औद्योगिक विकास में कमी प्रतीत होती है और नये निवेशों के लिये आकर्षण उत्पन्न नहीं हो पाया है। उच्च अंतर्राष्ट्रीय तेल मूल्यों और अमेरिकी अर्थव्यवस्था की मंदी, जिससे सम्पूर्ण विश्व के प्रभावित होने की सम्भावना है, के कारण यह समस्या और भी विकट हो गयी है। यद्यपि सौभाग्य से गुजरात के बड़े उद्योग, हाल के भयंकर भूकम्प की विभिन्निकाओं से बच गये हैं। परन्तु वृद्धि की प्रक्रिया पर विस्थापन के प्रभाव को अनदेखा नहीं किया जा सकता। अतः यह अनिवार्य है कि आने वाले वर्षों में आर्थिक स्थिति

पर सावधानी पूर्वक निगरानी रखी जाय। अर्थव्यवस्था में आत्म विश्वास जागृत करने के उपायों की जरूरत है ताकि 1990 के दशक की विकास गति को सुधारा जा सके।

भारतीय अर्थव्यवस्था को प्रभावित करने वाली मुख्य समस्या केन्द्र और राज्य दोनों स्तरों पर उच्च राजकोषीय घाटे का बना रहना है। समग्र रूप से केन्द्र और राज्यों के सकल राजकोषीय घाटे को सकल घरेलू उत्पाद के दस प्रतिशत से नीचे लाने की आवश्यकता है। उच्च राजकोषीय घाटे का बने रहना केन्द्र और राज्य सरकारों दोनों के व्यय बजट में ऋण अदायगी के बढ़ते हुए हिस्से के रूप में प्रत्यक्षत परिलक्षित हुआ है। इसके परिणामस्वरूप किसी भी स्तर पर महत्वपूर्ण सरकारी निवेश करने की सरकार की क्षमता गम्भीर रूप से कम हो गयी है। इससे भारतीय औद्योगिक वस्तुओं की मांग में गिरावट आयी है। अवसरचना में सरकारी निवेश में अभाव ने निजी निवेश को भी मदद कर दिया है। उच्च राजकोषीय घाटे के परिणाम स्वरूप निरन्तर उच्च उधार ने अर्थव्यवस्था में वास्तविक व्याज दरों को उच्च बनाये रखा है। इस प्रकार उद्योग क्षेत्र के समक्ष 8 से 10 प्रतिशत उच्च वास्तविक व्याज दरें हैं जो विश्व में सर्वाधिक उच्च हैं। अतः विदेशी तथा घरेलू दोनों प्रकार के निजी उद्योग के लिए विश्वास पूर्वक नये निवेश करना कठिन है। अर्थव्यवस्था में विश्वास उत्पन्न करने के लिए कार्यवाही का प्रमुख क्षेत्र राजकोषीय सुधार के लिए एक विश्वसनीय मध्यावधि कार्यक्रम से सम्बन्धित है। इस सकटकाल में यह अत्यधिक महत्वपूर्ण हो गया है।

पिछले दो दशकों में भारतीय अर्थव्यवस्था का निष्पादन अच्छा रहा है। वर्ष 1991-92 को समाप्त 12 वर्ष की अवधि के दौरान औसत वार्षिक वास्तविक सकल घरेलू उत्पाद वृद्धि 5.4 प्रतिशत बढ़कर 1992-93 से 2000-2001 के दौरान 6.4 प्रतिशत हो गयी है। इस अवधि के दौरान इसमें महत्वपूर्ण संरचनात्मक परिवर्तन हुए हैं जो आर्थिक सुधारों की निरन्तर प्रक्रिया के परिणाम हैं। 1990 के दशक में सुधारों की गति की गयी और नये परिवर्तनों, जो इस अवधि के दौरान अर्थव्यवस्था के लगभग सभी क्षेत्रों में लागू किये गये थे, के प्रति अर्थव्यवस्था की अच्छी प्रतिक्रिया रही। इसके परिणामस्वरूप अर्थव्यवस्था ने भी 1997-98 के पूर्व एशियाई वित्तीय संकट और हाल में तेल कीमतों की असाधारण वृद्धि जैसी प्रतिकूल परिस्थितियों में भी काफी समुत्थान शक्ति का परिचय दिया है।

किये गये अनेक परिवर्तनों को देखते हुए भारतीय अर्थव्यवस्था के लिए अब यह बिल्कुल सम्भव है कि वह इससे भी उच्च प्रगति के लक्ष्य को प्राप्त करेगी। फिर भी जैसा की ऊपर कहा गया है अभी तक किये गये सुधारों के पूरे लाभ प्राप्त करने के लिये अनेक महत्वपूर्ण क्षेत्रों में महत्वपूर्ण कार्यवाही करने की आवश्यकता है। यदि निकट भविष्य में सगठित तरीके से इन उपायों को पूरा किया जाता है तो इस बात की पूरी संभावना है कि अब तक देश में प्रसुप्त अनेक शक्तियाँ एवं साधन सक्रिय हो जायेंगे और आर्थिक क्रिया कलाप बड़े पैमाने पर शुरू हो जायेगा।

संदर्भ एवं टिप्पणियाँ

- 1 फोकस, जनवरी-मार्च, 2000 पृष्ठ 4
- 2 अमर उजाला दैनिक समाचार पत्र, दिनांक 27 मार्च एवं 7 अप्रैल 2001
- 3 ट्रेड एण्ड डेवलपमेंट रिपोर्ट, 2000 पृष्ठ 17
- 4 फु नो 3, पृष्ठ 17
- 5 विस्तृत विश्लेषण के लिए देखें, अ. अमर्त्यसेन, भारत विकास की दिशाएँ, नई दिल्ली, राजपाल, जनवरी 2000 ब. ह्यूमन डेवलपमेंट रिपोर्ट 2000
- 6 मिश्रा एवं पुरी . भारतीय अर्थव्यवस्था, 2000 पृष्ठ 513
- 7 फु नो 6, पृष्ठ 513
- 8 फु नो 6, पृष्ठ 513
- 9 फु नो 6, पृष्ठ 514
- 10 दैनिक जागरण, वाराणसी, 14 नवम्बर 2000
- 11 आज दैनिक समाचार पत्र, 24 फरवरी 2001

- 12 हिन्दुस्तान समाचार पत्र 27 फरवरी 2001
- 13 सवृद्धि (ग्रोथ) एव विकास (डेवलपमेंट) को प्रायः एक ही अर्थों में प्रयुक्त किया जाता है। कुछ अर्थशास्त्री इन अवधारणाओं में निम्नानुसार अन्तर भी करते हैं—
 - 1 विकास एक व्यापक एव बहुआयामी अवधारणा है किन्तु सवृद्धि एक सकुचित एव एक आयामी अवधारणा है।
 - 2 विकास में सामाजिक-सांस्कृतिक-आर्थिक-राजनीतिक प्रगति के मात्रात्मक एव गुणात्मक पक्ष सम्मिलित हैं किन्तु सवृद्धि में आर्थिक प्रगति का केवल मात्रात्मक पक्ष ही सम्मिलित है। इस तरह, सवृद्धि विकास का अंग है।
- 14 एशियन डेवलपमेंट आउटलुक 2000, पृ० 9
- 15 फुनो 14, पृ० 9
16. वर्ल्ड डेवलपमेंट रिपोर्ट 2000-2001, पृ० 334
- 17 फुनो 14, पृ० 143
- 18 फुनो 14, पृ०-9
- 19 फुनो 14, पृ०-9
- 20 इकोनामिक सर्वे भारत सरकार 2000-2001, पृ० 100-102
- 21 फु.नो 20, पृ० 3
- 22 भारतीय आर्थिक समीक्षा 1999-2000, पृ० 97
- 23 फुनो 23, पृ० 97



अध्याय-9

उपसंहार

भारत को स्वाधीन हुए लगभग आधी शताब्दी से अधिक बीत चुका है। अंग्रेजों के भारत से प्रस्थान की पूर्व-संध्या पर 14 अगस्त 1947 को जवाहर लाल नेहरू ने घोषणा की थी, “वर्षों पूर्व हमने नियति को फिर मिलने का वचन दिया था और आज वह समय आ गया है जब हम अपना वह वचन पूरा करेंगे।” उन्होंने आगे कहा था, “आज हम जिस उपलब्धि का उत्सव मना रहे हैं, यह तो उन महान उपलब्धियों और मजिलों, जो हमारी प्रतीक्षा कर रही है, की ओर अग्रसर होने की दिशा में पहला कदम हैं— उस ओर चलने का पहला अवसर मिलना मात्र है।” उन्होंने देश को सजग किया था कि भविष्य में गरीबी और अज्ञान तथा बीमारियों एवं अवसरों की असमानता को समाप्त करने के लिए भी प्रयास करने होंगे।

भारत में नियोजित विकास के पाँच दशकों का अनुभव सुखद ही कहा जायेगा क्योंकि अपने प्रयासों से भारतीय अर्थव्यवस्था अब पूरी तरह से अकाल-मुक्त हो चुकी है तथा खाद्यान्नो एवं उद्यमों की दृष्टि से देश आत्म निर्भर बन चुका है। और भी अनेक उपलब्धियाँ हमने पायी हैं, जैसे— बहुदलीय लोकतांत्रिक व्यवस्था का बने रहना, बहुत बड़े वैज्ञानिक प्रतिभा सम्पन्न समुदाय का उदय, शिक्षा एवं चिकित्सा के क्षेत्र में सुधार आदि। संक्षेप में, सामाजिक एवं आर्थिक विकास के अनेक क्षेत्रों में भारत की उपलब्धियाँ गौरव शाली रही हैं।

भारत की विकास-यात्रा का एक महत्वपूर्ण आयाम रहा है— सामाजिक अभावों की समाप्ति को लेकर व्यापक क्षेत्रीय विषमता की समाप्ति के प्रयासों का किया जाना। स्वतंत्र भारत की अब तक की नीतियाँ—विशेषकर विपणन व व्यापारिक एवं आर्थिक नीतियाँ “क्षेत्रीय समन्वय एवं विकास” पर आधारित रही हैं। इस संदर्भ में यदि हम दक्षिण एशियाई क्षेत्र पर दृष्टिपात करें तो एशियन डेवलपमेंट आउटलुक-2000 के अनुसार दक्षिण एशियाई क्षेत्र के अंतर्गत आने वाले देशों के नाम हैं— भारत, पाकिस्तान, बांग्लादेश, श्रीलंका, नेपाल, भूटान एवं मालदीव। ये देश दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग संगठन—दक्षेस अथवा सार्क के भी सदस्य देश हैं। इनमें जनसंख्या, भू-क्षेत्रफल, प्राकृतिक ससाधन, सकल घरेलू उत्पाद, विदेशी व्यापार एवं क्षेत्रीय राजनीति की दृष्टि से भारत का वर्चस्व है।

सार्क एक बहुपक्षीय क्षेत्रीय मंच (फोरम) है। अपनी स्थापना के आरम्भ काल से ही सार्क ने जिस तरह प्रगति की है और क्षेत्रीय सहयोग के जिन सम्भावनाओं का उदय हुआ है, इन्हें कम महत्वपूर्ण कदापि नहीं कहा जा सकता। सार्क ने 1990 के दशक को 'दक्षेस बालिका दशक', 1991 को 'दक्षेस, आश्रय वर्ष', 1992 को 'दक्षेस पर्यावरण वर्ष' 1993 को 'दक्षेस विकलांग वर्ष' के रूप में मनाकर बालिकाओं, आश्रितों, पर्यावरण तथा विकलांगों के प्रति चिंता जताई है। तकनीकी सहयोग के अन्तर्गत तेरह सहमत क्षेत्र स्वीकृत हुए और उनसे संबंधित 62 कार्यक्रम लागू हुए। इनमें लगभग एक चौथाई भारत में सम्पन्न हुए। 1993 में सार्क ने दक्षिण एशियाई वरीयता व्यापार समझौता—'साप्टा' को मजूरी देकर क्षेत्रीय व्यापार संबंधी बाधाओं को दूर करने तथा और अधिक उदार व्यापार व्यवस्था कायम करने का मार्ग प्रशस्त किया है। 7 दिसम्बर 1995 से साप्टा प्रभावी हो गया है। नयी दिल्ली में 9-14 जनवरी 1996 को आयोजित प्रथम सार्क व्यापार मेला का आयोजन किया गया था जिसका विषय था—'विकास के लिए सहयोग।' इस आयोजन में विभिन्न उत्पादों के प्रदर्शन के साथ सदस्य देशों ने निर्यात दक्षता का भी प्रदर्शन किया।

सार्क के अब तक दस शिखर सम्मेलन हो चुके हैं। दसवां शिखर सम्मेलन 29-31 जुलाई 1998 को श्रीलंका की राजधानी कोलम्बो में हुआ था। इन शिखर सम्मेलनों के माध्यम से सार्क ने जिन क्षेत्रों में सहयोग को प्रोत्साहन दिया है उनमें प्रमुख हैं— आर्थिक एवं सांस्कृतिक सहयोग, नशीले पदार्थों की तस्करी रोकने, पर्यटन के विकास, रेडियो—दूरदर्शन प्रसारण कार्यक्रमों में सहयोग, क्षेत्र की जनसंख्या के लिए आवास और शिक्षा देने के प्रावधान पर विचार, परमाणु निरस्त्रीकरण पर बल, विकासशील देशों के लिए अधिक दिनों तक खाद्य सामग्री जुटाने के सम्बन्ध में जैव प्रौद्योगिकी एवं चिकित्सा सम्बन्धी आवश्यकताओं पर बल, आतंकवाद को रोकने के लिए व्यापक सहयोग, सूचनाओं के आदान-प्रदान पर बल, गरीबी, उन्मूलन, प्राथमिक शिक्षा और मानवाधिकारों के प्रति चिंता, अन्तरक्षेत्रीय व्यापारिक सहयोग की प्राथमिकता पर बल, तकनीकी सहयोग आदि।

किन्तु नवम्बर 1999 से सार्क लगभग निष्क्रिय बना हुआ है।¹ पाकिस्तान में सैनिक तख्ता पलट होने की वजह से 1999 में नेपाल की राजधानी काठमांडू में होने वाले ग्यारहवें शिखर सम्मेलन को स्थगित करना पड़ा था।² अभी हाल में 23 फरवरी 2001 को श्रीलंका की राष्ट्रपति चंद्रिका कुमार तुंग ने भारत के प्रधानमंत्री श्रीयुत अटल बिहारी वाजपेयी के साथ हुई वार्ता के

दौरान दक्षिण एशिया के हित में सार्क (दक्षेस) के ग्यारहवे शिखर सम्मेलन बुलाये जाने की आवश्यकता को रेखांकित किया है (देखे परिशिष्ट)।

सार्क विश्व का सबसे छोटा व्यापार सगठन है जिसका उद्देश्य अपने सदस्य देशों की सामाजिक और आर्थिक उन्नति करना है। किन्तु (1) सार्क की क्षेत्रीय एकात्मकता अधूरी है क्योंकि इसमें अफगानिस्तान और वर्मा जैसे देश जो ऐतिहासिक और भौगोलिक दृष्टि से इस क्षेत्र के अंग हैं, इसमें शामिल नहीं हैं, (2) दक्षिण एशिया की कोई पृथक पहचान नहीं है। पाकिस्तान मध्यपूर्व में भी आता है, श्रीलंका अपने को दक्षिण पूर्व का भी अंग समझता है। (3) सार्क के सदस्य राज्यों में अत्यधिक विविधता है। कोई इस्लामिक है, कोई बौद्ध, कोई हिन्दू तो कोई धर्मनिरपेक्ष। कहीं राजतंत्र है, कहीं सैनिक तानाशाही रही है तो कहीं लोकतंत्र। (4) सार्क के सदस्य देशों में पारस्परिक विवाद उग्र हैं। भारत पाकिस्तान के बीच आतंकवादी गतिविधियों और कश्मीर के प्रश्न पर विवाद है, भारत-श्रीलंका के बीच तमिल समस्या है। भारत-बंगलादेश के बीच गंगा के पानी का मुद्दा है। नेपाल कभी भारत, कभी चीन के निकट हो जाता है। बंगला देश लौह अयस्क आस्ट्रेलिया से लेता है, भारत से नहीं। तथा (5) सार्क के सदस्य देशों में क्षेत्रफल, जनसंख्या और सैनिक शक्ति की दृष्टि से तुलनात्मक रूप में भारत बहुत बड़ा है, इसलिए भारत सार्क देशों के बीच चौधराहट अथवा वर्चस्व कायम करना चाहता है।

उपर्युक्त आलोचनाएँ कुछ तो एकपक्षीय हैं और कुछ निराधार। यद्यपि यह सही है कि सार्क देशों के बीच राजनीतिक और सुरक्षात्मक दृष्टि से अनेक विवाद और उलझने हैं। यह भी सही है कि कई देशों के बीच सम्बन्ध मधुर नहीं हैं लेकिन राजनीतिक विवाद किसी भी रूप में आर्थिक, व्यापारिक, सामाजिक और सांस्कृतिक सहयोग में बाधक नहीं हैं। बल्कि यह कहना अधिक सही है कि गैरराजनीतिक सहयोग कभी राजनीतिक सहयोग की ओर भी उन्मुख हो सकते हैं। सार्क की सबसे बड़ी सफलता इस बात में है कि इसकी नियमित बैठकें होती हैं, उच्च तकनीकी विशेषज्ञों और राजनयिकों के बीच विचारों और कार्यक्रमों का आदान-प्रदान होता है और उन पर अधिकाधिक अमल किया जाता है। इससे सार्क का प्राथमिक उद्देश्य सद्भाव और सहयोग की अभिवृद्धि तो होती ही है। यदि सार्क के सदस्य देश इस क्षेत्र में बड़ी शक्तियों के दखल को नकारते हुये अन्तर्राष्ट्रीय मंचों पर सर्वसम्मत दृष्टिकोण अपनाने लगे और गैरराजनीतिक मुद्दों (जिन पर काफी हद तक सहयोग कायम हो रहा है) के अतिरिक्त राजनीतिक मुद्दों पर भी

सकारात्मक और सहयोगात्मक रूख अपना कर विचार विमर्श करने लगे तो इसमें कोई बुराई नहीं होगी। यह अच्छा ही होगा।

भारत ने हमेशा पड़ोसी देशों का सहयोग किया परन्तु पड़ोसी देशों ने धोखा दिया।¹ पाकिस्तान भारत का ही एक अंग था परन्तु अलग होते ही दुश्मन बन गया। कारगिल युद्ध में एक बार वह फिर परास्त हो गया। बातचीत के जरिये सम्बन्ध सुधारने की बात चल रही है।

कारगिल में युद्ध लड़ा जा चुका है परन्तु फिर भी गोलाबारी जारी है। हमारे पड़ोसी देश पाकिस्तान से लड़ा गया यह चौथा युद्ध था। दूसरे पड़ोसी देश चीन से भी 1962 में एक युद्ध लड़ा जा चुका है। तीसरा पड़ोसी देश बांग्लादेश जिसका जन्म हमारी मदद के बिना सम्भव नहीं था, वह भी हमसे मित्रवत व्यवहार न कर प्रायः तीखी नजरों से हमें देखता है। चौथा पड़ोसी देश श्रीलंका जिसकी सहायता में हमने हजारों सैनिकों की आहुति दी, वह भी हमारा मित्र या विश्वसनीय नहीं कहा जा सकता है, जो हमारे सकट के समय खड़ा होकर हमारा हौसला बढ़ाता हो। लगभग यही स्थिति अन्य पड़ोसी राष्ट्रों के साथ भी कही जा सकती है।

क्या कारण है कि हमारे देश की शांतिपूर्ण नीति होने के साथ-साथ हम अपने पड़ोसी देशों के सकट के समय उनकी सहायता करते हैं और उनको भाई का दर्जा व सम्मान प्रदान करते हैं परन्तु जब भी हमने भाई का सम्मान देना

चाहा और प्रेमपूर्ण सम्बन्धों की आशा की, तभी हमें धोखा दिया गया और हम युद्ध लड़ने को मजबूर हुए। क्या कारण है कि हम अपने पड़ोसी राष्ट्रों से अच्छे सम्बन्ध नहीं बना पा रहे हैं? इस विषय पर राजनीति के विशेषज्ञों को सामाधान देना है।

सार्क में क्षेत्रीय विपणन एवं व्यापार बढ़ाने के सुझाव*¹

सार्क देशों के बीच व्यापार और आर्थिक सहयोग बढ़ाने के लिए निम्न उपाय सुझाव जाते हैं:

1. बहुपक्षीय एवं द्विपक्षीय सहयोग को बढ़ावा देते हुए सार्क क्षेत्र से विश्व की महाशक्तियों को इस क्षेत्र से दूर रखा जाय। टैरिफ और गैर-टैरिफ रूकावटों को और अधिक रियायती द्वारा समाप्त करना चाहिए विशेषकर औसत आयात टैरिफ जो भारत, पाकिस्तान, बांग्लादेश और श्रीलंका द्वारा अधिक रखे गए हैं।

2. सार्क देशों के बीच व्यापार विपणन—को परिवहन सुविधाओं द्वारा बढ़ाया जा सकता है। इसके

*1. Suggestions to increase Marketing and Trade in SAARC

लिए रेल, सड़क और परिवहन साधनों के ढांचे को सुदृढ़ करना चाहिए। इसके साथ वीसा प्रदान करने, वस्तुओं का परिवहन, और प्रवेश स्थानों पर वस्तुओं की निकासी में सुधार की आवश्यकता है।

3 साप्ता में वस्तुओं के उद्भव के बारे में जो आधार है उनमें ढील देनी चाहिए। वर्तमान में, यदि एक सार्क देशों में निर्मित या उत्पादित वस्तु का अंश या आयातित आगत का अनुपात दूसरे से अधिक है तो वह वस्तु उस देश में उत्पादित नहीं समझी जाएगी और उसे व्यापार में रियायते नहीं दी जाएगी। परन्तु सार्क देशों के बीच व्यापार बढ़ाने के लिए यह आवश्यक है कि वस्तु उत्पादन का अंतिम स्थान एक वस्तु के उद्भव को निर्धारित करने वाली एकमात्र कसौटी होनी चाहिए।

4 सार्क देशों से अधिकतर प्राथमिक वस्तुओं के निर्यात होते हैं। आने वाले वर्षों में विनिर्माण निर्यातों से संबंधित उद्योगों स्थापित करने चाहिए। इसके लिए विशेष निर्यात क्षेत्रों की स्थापना करनी चाहिए। विदेशी निवेश को प्रोत्साहित करने हेतु वापिस खरीद*¹ समझौतों के साथ राजकोषीय और अन्य सुविधाएं देनी चाहिए।

5 सार्क देशों के निर्यातकों, आयातकों और निजी क्षेत्र के प्रतिनिधियों के बीच थोड़े-थोड़े समय के बाद बैठकें होनी चाहिए ताकि वे व्यापार योग्य वस्तुओं के बारे में एक-दूसरे को सूचनाएं प्रदान कर सकें और व्यापार में आने वाली बाधाओं को दूर करने पर विचार कर सकें।

6 सार्क देशों में सहयोग द्वारा क्षेत्रीय स्तर पर क्षमताओं को बढ़ाना चाहिए ताकि अंतर-क्षेत्रीय और बाहर के देशों के साथ व्यापार बढ़े। इसके लिए यह आवश्यक है कि समीप के क्षेत्रों में बुनियादी ढांचे के विकास के लिए विशेष क्षेत्रों में निवेश किया जाए।

7 सार्क क्षेत्र में निवेश का मुक्त प्रवाह होना अनिवार्य है। इसके लिए सार्क क्षेत्र में एक मुद्रा के प्रचलन द्वारा निवेश क्षेत्र को स्थापित करना चाहिए। सार्क निवेश क्षेत्र से दो लाभ होंगे। एक, सार्क देशों के बीच निवेश प्रवाहों से छोटे सदस्य देशों को विकास के लिए साख-सुविधाएं प्राप्त होंगी। दो, इससे सार्क देशों में विदेशी प्रत्यक्ष निवेश को प्रोत्साहन मिलेगा।

8 छोटे सार्क देशों में विशेष प्रोजेक्टों के लिए ऊर्जा, परिवहन, बुनियादी ढांचा, संचार का विकास और ससाधन विकास के क्षेत्रों में बड़े सदस्यों को सहयोग देना चाहिए जिससे उनकी आर्थिक क्षमताओं में वृद्धि और विविधिकरण हो। ऐसा होने पर ही सभी सदस्य पूर्णरूप से व्यापार को बढ़ाने में सक्षम होंगे।

*1 Buy Back

9 सार्क के सदस्य देशों को एक-दूसरे के देशों में सयुक्त उपक्रम*¹ प्रारम्भ करने चाहिए, विशेषकर न्यूनतम विकसित देशों में, जिससे उनका औद्योगिक आधार विकसित हो, उनकी उत्पादन क्षमता में वृद्धि हो और अंतर-क्षेत्रीय तथा विश्व के देशों के साथ व्यापार बढ़े।

10 सार्क का साफ्टा से साफ्टा तक पहुँचना अधिकतर भारत और पाकिस्तान के बीच सबंधों पर निर्भर करता है। दोनों में परस्पर व्यापार, रियायते देना, भारत को परम मित्र राष्ट्र की पाकिस्तान द्वारा मान्यता और पाकिस्तान द्वारा भारत के प्रति राजनीतिक गतिरोध को त्यागने से ही यह संभव हो सकता है।

दक्षिण एशिया की भू-रणनीतिक समस्याएँ*² प्रादेशिकता के मार्ग में बाधक हैं। इस कारण सार्क एक 'कमजोर पौधा' बना हुआ है। परन्तु यह कमजोर पौधा प्राण रहित नहीं है। यद्यपि सहयोग का स्तर चिन्ताजनक रूप में निम्न रहा है, फिर भी सार्क शिखर सम्मेलन द्विपक्षीय वार्ता का एक उपयोगी वार्षिक मंच प्रदान करते हैं। प्रत्येक शिखर सम्मेलन द्विपक्षीय सफटों की उग्रता पर ठंडा पानी डालकर दक्षिणी एशियाई सम्बन्धों को स्थायित्व प्रदान करता है। अतः यह नहीं कहा जा सकता कि दक्षिणी एशिया में प्रादेशिकता का विकास नहीं हो रहा है या सार्क उन उद्देश्यों को पूरा नहीं कर रहा है जिनके लिए इसकी रचना की गयी थी।

विश्व राजनीति में दक्षिण एशिया की भूमिका इस क्षेत्र के देशों की अपने द्विपक्षीय विवादों की सुलझाने की क्षमता पर निर्भर करेगी। यदि द्विपक्षीय विवाद सुलझा लिये गये, विशेष रूप से यदि भारत-पाकिस्तान सम्बन्धों की गुत्थियाँ सुलझा ली गयीं तथा क्षेत्र के भीतर के सहयोग का एक सुखद भवन निर्मित कर लिया गया तब दक्षिणी एशिया का सार्क क्षेत्र विश्व अर्थव्यवस्था में एक बड़ी भूमिका निभा सकेगा।

अभी हाल में विश्व व्यापार संगठन (डब्ल्यू टीओ) का चौथा मंत्री स्तरीय सम्मेलन 9 नवम्बर 2001 को कतर की राजधानी 'दोहा' में शुरू हो चुका है और 13 नवम्बर 2001 को इसका समापन होगा। इस सम्मेलन में व्यापार और निवेश के मुद्दों पर पाकिस्तान द्वारा भारत के सुर में सुर मिलाने की सम्भावना व्यक्त की गयी है।⁵ यदि ऐसा सम्भव हो सका तो किसी भी दबाव

*1. Joint Ventures

*2. Geostrategic Problems

के आगे न झुकने का भारत का फैसला और भी दृढ़ होगा तथा दक्षिणी-एशियाई क्षेत्रीय सहयोग में भी दृढ़ता प्राप्त होगी।

टिप्पणी एवं संदर्भ

- 1 अमर्त्य सेन एव ज्या द्रीज, "भारत विकास की दिशाये, राजपाल, नयी दिल्ली, जनवरी 2000, पृ० 11
- 2 हिन्दुस्तान दैनिक, 27 फरवरी, 2001, पृष्ठ 9
- 3 दर असल भारत ने पाकिस्तान के सैनिक शासक जनरल परवेज मुशर्रफ के साथ मच पर उपस्थित होने से इनकार कर दिया था। सार्क के चार्टर में स्पष्ट रूप से कहा गया है कि सभी सदस्यों के राष्ट्राध्यक्षों की बैठक को ही शिखर सम्मेलन का दर्जा दिया जाएगा (फु नो 2, पृ० 9)।
- 4 भारत और उसके पड़ोसी देशों के संबंधों के विस्तृत विवरण के लिए देखिए पी डी कौशिक की अन्तर्राष्ट्रीय संबंध एव "भारत की विदेश नीति," नामक पुस्तकें।
- 5 दैनिक जम्मरण, वाराणसी संस्करण, 10 नवम्बर 2001, पृष्ठ 15

पूर्व-साहित्य*

अटल बिहारी वाजपेयी "निरंतर आर्थिक विकास के लिए सक्रिय भागीदारी," 24 अक्टूबर 1998 को नई दिल्ली में 'फिक्की' के वार्षिक सम्मेलन में प्रधान मंत्री द्वारा दिये गये भाषण का हिन्दी 2000 रूपान्तर।

अमर्त्य सेन, भारत विकास की दिशाएँ, राज्यपाल, नई दिल्ली।

आर० के० सिंह अन्तर्राष्ट्रीय सम्बन्ध, 2000 मिश्रा ट्रेडिंग करपोरेशन, वाराणसी।

इन्द्रकुमार गुजराल "सार्क विकास के लिए नई रणनीति" 12 मई 1997 का मालदीव की राजधानी माले में नौवे सार्क शिखर सम्मेलन के उद्घाटन भाषण का हिन्दी रूपान्तर।

ए एन अग्रवाल भारत में आयोजन एवं आर्थिक नीति, 1999, विश्वप्रकाशन, नई दिल्ली।

एस सी जैन विपणन प्रबन्ध, 2000 साहित्य भवन पब्लिकेशन्स, आगरा।

एस० के मिश्र एवं वी० के० पुरी, भारतीय अर्थव्यवस्था 2001 हिमालया प० हा०, मुम्बई।

जय प्रकाश मिश्र एवं शिव नारायण गुप्त, 'समष्टि आर्थिक विश्लेषण 2001 मिश्रा टे का वाराणसी।

पुष्पेश पत एवं श्रीपाल जैन अन्तर्राष्ट्रीय सम्बन्ध 1999 मीनाक्षी मेरठ,।

पी० डी० कौशिक, 'अन्तर्राष्ट्रीय सम्बन्ध, 2000 कल्याणी, नई दिल्ली,।

पी० डी० कौशिक, 'भारत की विदेश नीति 2001 मिश्रा ट्रे का, वाराणसी,।

पी वी नरसिंह राव 'सार्क तथा एशियाई शताब्दी', 2 मई, 1995 को नई दिल्ली में प्रधानमंत्री द्वारा दिये गए उद्घाटन भाषण का हिन्दी रूपान्तर।

बी० एस० राठौर एवं आर. के. कोठारी 'अन्तर्राष्ट्रीय विपणन', 1992, रमेश बकडिपो, जयपुर।

भारत सरकार आर्थिक समीक्षा - 1996-1997, 1997-1998, 1998-1999, 1999-2000, 2000-2001।

शिव बहादुर सिंह, 'नेपाल शासन एवं राजनीतिक 2001 गंगा सरन ऐण्ड ग्रेंड सस, वाराणसी,।

रुद्र दत्त एवं के० पी० एस० सुन्दरम, 'भारतीय अर्थव्यवस्था,' 2001 एस चद, नई दिल्ली,।

- Aggrawal, Mangat Ram and Posh Raj Pandey 1992 : Prospects of Trade Expansion in the SAARC Region", *Developing Economies*, XXX-1 (March) . 3-23
- ASEAN 1993. "ASEAN Economic Info View", 1,2, December 1993, Jakarta, The ASEAN Secretariat
- Agwani, M S et.al, *South Asia: Stability and Regional Co-operation*, (Chandigarh, 1983)
- Andic, Fuat, et al , *A Theory of Economic Integration for Development Countries* (London, 1971)
- Ayoob, Muhammed, *India, Pakistan and Bangladesh : Search for a New Relationship* (New Delhi, 1975)
- Abeyesekara, Charles, "Issues of South Co-Operation A Sri Lankan perspective", *Strategic Studies series*, No. 1, Spring 1985, pp. 152-62
- Abraham, A.S., "Co-operation in South Asia : Seven States in Search of a Link", *Times of India* (New Delhi) 24, March' 81.
- Adisesiah, Malcom S., "Economic Rationale of SAARC", *South Asia Journal*, Vol.1. No 1. July-September, pp. 29-42.
- Aditya Anand, SAARC: "The Call for Co-Operation And Concept of a South Asian Regime", *South Asia Forum*, No. 7, 1984.
- Agarwal, Govind Ram, "Some Avenues for South Asian Economic Co-operation", *South Asia journal*, Vol, 1, No 1, July September 1987.
- Agrawal, Mangat Ram "Regional Economic Co-operation : A Strategy for Economic Development in the South And South East Asian Region", *Asian profile*, Vol, 12, December, 1984, pp 537-54
- Ahamad Bashir, "Sharing of River Waters in South Asia". *Regional Studies*, Vol. 3, No.2, September 1985, pp. 16-20
- SAARC Some Reflections", *Regional Studies*, Vol 5, No.4, Autumn 1987, pp.3-6.
- Ali, Ifzal, "Estimating the Determinants of Export Supply in India", *Indian Economic Journal*, Vol 31, No. 3. January-March 1984. pp. 13-23
- Aksan, Abul, "New Horizons for SAARC", *Mainstream*, Val. 25, Annual Special, 1987, p.57.
- Antolik, Michael, "ASEAN and SARRC Revisited : More Lessons" *Contemporary South East Asia*, Vol.9.No.3, December. 1987.pp.221-28.
- Ahuja, kanta, "Trends in Regional Economic Co-operation in South And South East Asia". *South Asian Studies*, Vol, 12, Nos. 1-2, January-December 1977.
- A Survey of Research in Economics. Vol II Macroeconomics.
- A.D.B.(2000) *Asian Development Outlook-2000*.
- Balassa, Bela. 1965. "Trade Liberalisation and Revealed Comparative Advantage", *Manchester School of Economic and Social Studies*, 33,2 (June), 99-123.

- Bahadur, Kalim . Pakistan and SAARC, World Focus, Vol 14, No7, July 1993
- Bari, Muhammad Fazlul 1992 "Water Resources Development in South Asia Issues and Approaches for Regional Cooperation" in Imtiaz Ahmed and Meghna Guhathakurta, eds, "SAARC : Beyond State-Centric Cooperation". Dhaka : Centre for Social Studies
- Baumol, WJ 1986 "Productivity growth, convergence, and welfare", American Economic Review, 76 (December)
- Balassa, Bela, The Theory of Economic Integration (Homewood, 1961)
- Bajpai, U S.ed , India And its Neighbourhood (New Delhi, 1986)
- Bagchi, S.K., "Trade Development in South Asia", Foreign Trade Review, Vol. 10, No. 1, April-June 1975.
- Banerjee, Subrata, "SAARC, Problems and prospect, PTI Feature, Vol. 6, No. 174. December 2, 1985, PF-B 720.
- 'SAARC and Bangladesh, World Focus, Vol. 14, No7 July 1993
- Banerjee, Summanta, "India And South Asia Growing Economic Stake" Economic and Political Weekly, 12 June 1971
- Banskota, N.P., "Nepal : Toward Regional Economic Co-operation in South Asia". Asian Survey, Vol. 21.3, March 1981
- Bhutan. 1994. "Bhutan : Country Economic Memorandum", Washington D.C., The World Bank (November (1994)
- Bhandari, Ramesh: "South Asia Summit", Mainstream, Vol. XXIV, No. 13&14,30 November 1985.
- Bhatt, P.R. "Trade Flows in South Asia", Man & Development, Vol. 6. No.3, September 1984, pp. 104-16.
- Bhagwati, Jagdish, 1990. "Multilateralism at Risk: The GATT is Dead; Long live GATT, World Economy, 149-169
- Bhagwati, Jagdish. 1992a. "Regionalism and Multilateralism : An Overview", in "the New Regionalism in Trade Policy". Washington, DC: The World Bank.
- Bhagwati, Jagdish. 1992b. "Regionalism Versus Multilateralism", World Economy, 535-55.
- BOI (Feb. 1994.) "Bangladesh : A New Horizon For Investment", Dhaka : Board of Investment, Prime Minister's Office.
- Bradford C., and W.Branson, Eds. 1987. "Trade and Structural Change in Pacific Asia", Chicago : University of Chicago Press.
- Braga, Prima, C.A. 1992. "NAFTA and the Rest of the World" in Lusting. N. et al. Eds. "North American Free Trade", Washington, D.C.: The Brookings Institution, 210-34,
- Brij, Mohan, "Trade Prospects: India's Leading Role". World Focus, Vol. 3, No. 3 March 1982.

- Braun, Dieter, "South Asia and the Arc of Crisis . Interaction of Regional External Policies", 1971-82, Problems of Non-alignment, Vol, I, No 13, September-November 1983, pp 215-26
- Bhabatosh Datta, Indian Economic Thought; Twentieth Century Perspectives 1900-1950. Bhowmik, Debesh, 1998 · Regional Trading. Blocs and International Money IEA, Conf Vol. 1998
- CBSL (1990) Central Bank of Sri Lanka, Annual Report, 1990. Colombo
- CBSI (1993). Central Bank of Sri Lanka, Annual Report, 1993, Colombo.
- Chopra, Pran, "Regional Co-Operation," World Focus, Vol. 4, Nos, 11-12, November-December, 1983
- "The Search For South Asia, "Perspective, Vol 1, No.8, March, 1978.
- Why South Asia and How, "World Focus Vol.3, No 3, March 1982.
- Chopra, Pran et al, Future of South Asia (Delhi, 1986).
- Chakravarthy, Nikhil, "South Asia as Concept", World Focus, Vol. 6, No. 9. September 1985, pp. 15-18.
- Chanana, Charanjit, "South Asian Economic Community", Asian Economist, Vol. 4, February, 1978.
- South Asia : The Changing Environment", South Asian Studies, Vol. 16, No. 1, January-June 1981
- Chhabra, Hari Sharan · World Focus Monthly discussion Journal, Vol. 14, No.7, July 1993.
- Clark, Colin 1957. "The Conditions of Economic Progress", London: Macmillan.
- Cline, William. 1982. "Can The East Asia Model of Development Be Generalised", World Development, 10,2, 81-90
- Commerce. "Trade A South Asian Economic Community", Commerce, Vol. 146, No. 3752, April 30, 1983 (Editorial).
- Correspondent, Pseud, "SAARC : Road to Summit", Mainstream, Vol. 47, July 21, 1984,
- SARRC : Intentions and Implementation", Mainstream, Vol. 22, No. 27, March 3, 1984.
- Colombage, S.S. 1994. "Payments and monetary Cooperation in South Asia, Developments and Perspectives' in Perspectives on South Asian Cooperation" (Coordinating Group for Studies on South Asian Perspectives), Islamabad; Friedrich Ebert Stiftung.
- Corea Gamani, "Regional Co-operation in South Asia : Perspective And Prospects", South Asia Journal, Vol. 1, No. 1, July-September 1987-pp, 1-6.
- Cruden, Robert, et al, ed, New Perspectives on America and South Asia (New Delhi, 1984).

- CSO, Thimpu (1992) "Statistical Year Book of Bhutan 1991" Central Statistical Office, Planning Commission,, Royal Government of Bhutan Thimphu (July).
- CSO, Thimpu (1993) "Foreign Trade Statistics of Bhutan, 1990", Central Statistical Office, Planning Commission, Royal Government of Bhutan, Thimpu (March).
- Chaudhury K. 1998, Measuring Socio-Economic Performance and structural Adjustment of SAARC countries, IEA, 81 st Conference vol 1998
- Current History, The Nations of South Asia, Current History, Vol 81. No 475 May 1982, pp. 193-234
- Dasgupta, Punya Priya, "SAARC Session till we meet again", Herald Review, Vol. 1, No 32, May 27-June 2, 1985, pp 32-34
- Dasgupta, Subhendu, "Political Economy of SAARC", Frontier, Vol. 19. No. 47. July 11, 1987, pp 6-9
- Desai, M.V. "South Asia . Worthwhile Initiatives, Commerce, Vol 148, No. 3798. March 19, 1984
- Department of State Publication 7410, The Sub-Continent of South Asia (Washington 25, D.C., 1962.)
- "Dhaka Declaration", Commerce, Vol. 151, No 3891, December 21, 1985, pp. 1102-3
- D N. Pseud. India's Role in South Asia, Economic And Political Weekly, Vol. 23, No.30, July 23, 1988 pp.1512-3.
- Documents, SAARC, India Quarterly, Vol. 40. Nos. 3 & 4, July-December 1984, pp.323-396.
- Documents, Third SAARC Summit, Kathmandu, 1987, South Asia Journal, Vol. 1, No.3, January March 1988. pp.329-50.
- Dombush, Rudiger. 1990. "Policy Options For freer Trade : The Case for bilateralism", in R.Z Lawrence and C.L Schultze. Eds, "An American Trade Strategy : Options For the 1990s:, Washington, DC: The Brookings Institution.
- Drysdale, P., and Gamaut. R. 1982 Trade Intensities and the analysis of Bilateral Trade Flows in a Many Country World : A Survey", Hitotsubashi Journal of Economics. 22,2 (February)
- Drysdale P. and R. Gamaut. 1993. "The Pacific : An Application of General Theory of Economic Integration," C.F. Bergsten And M. Noland, Eds. Pacific Dynamism and International System".
- Dubey Muchkund, 1995. "Indo-Bangladesh Economic Relations", I Discussion paper presented the Conference on "Indo-Bangladesh Dialogue" Jointly organised in New Delhi the Centre for Policy Research, New Delhi. and the centre for Policy Dialogue, Dhaka, on 2 February 1995.
- ESCAP, 1990, "The Economic Impact of Tourism in Maldives", Bangkok and New York: United Nations (ST/ESCAP/790).

- ESCAP. 1993. "Economic and Social Survey of Asia and the Pacific. 1992 (Part Two Expansion of Investment and Intra-Regional Trade as a Vehicle for Enhancing Regional Economic Cooperation and Development in Asia and the Pacific). Bangkok and New York United Nations.
- ESCAP. 1994. Economic and Social Survey of Asia & the Pacific, 1993, Bangkok and New York United Nations
- ESCAP 1990 "Restructuring the Deveyping Economies of Asia and the Pacific in the 1990' Bankokand Mew York . United Nations (ST/ESCAP/879)
- Ellsworth, 1958, International Economics. New York
- 76 FIAS 1993, "Improving the environment for Foreign Direct Investment in the Maldives". A Report of Foreign Advisory Service (a joint service of International Finance Corporation, Multilateral Investment Guarantee Agency and the World Bank), Washington, D.C. (Septmber 1993).
- FNCII. 1994. "Nepal and the World: A Statistical Profile, 1994", Kathmandu: Federation of Nepalese Chamber of Commerce and Industry.
- Gandhi, Indira, "Inaugural address at the South Asian Regional Co-operation meeting of Foreign Ministers at New Delhi", August I, 1983. India Quarterly, Vol. 40, Nos. 3 & 4, July-December 1984, pp. 259-61
- Gangal S.C., "Spotilight on South Asia : Co-operation and Cisis in the Region", Gandhi Marg, Vol. 5, No 6, September 1983.pp.311-14.
- Ghosh Chitra, Rural Backwardness and Strategies of Development in the Third World", Asian Studies, Vol. 5, No.2 Aprial-June 1987.pp. 18-29.
- Glyn, Andrew, et al. 1991. the Rise and Fall of the Golden Age" in Stephen Marglin and Juliet Schor, Eds, "The Golden Age of Capitalism", Oxford · Clarendon Press, pp. 39-125.
- GOI. 1995. "Economic Survey, 1994-95", New Delhi : Government of India, Ministry of Finance, Economic Divison
- Gonzales del Vaue J. 1975. "Monetary Cooperation Among Developing Countries", (A Report Prepared for UNCTAD), Geneva : UNCTAD (TD/B/AC-19/R-6).
- GOP. 1994 "Economic Survey, 1993-94", Islamabad : Government of Pakistan, Finance Division, Economic Adivser's Wing (October 1994)
- GOPRB. 1993. " Economic Survey, 1992-93, Dhaka : Ministry of Finance, Finnace Division, Economic Adviser's Wing, Government of the People's Republic of Bangladesh.
- GOPRB. 1994. "Statistical Year Book of Bangladesh, 1993", Dhaka : Bangladesh Bureau of Statistics, Statistics Division, Ministry of Planning, Government of the People's Republic of Bangladesh (April 1994)
- Gonsalves Eric, "Agenda for the Next Decade", South Asia Journal, vol.1, No. 1, July-September, pp.19-28.

- G P D, Pseud, "Long Shadow over South Asia, Economic and Political Weekly, Vol, 16 No. 47, November 21. 1981
- Gupta, Sisir, India and Regional Integration in Asia (Bombay, 1964).
- Gupta, Bhabani Sened, Regional Co-operation and Development, Vol I&II (New Delhi, 1986).
- Gandhi, Indira, Inaugural Address At the Meeting of the South Asian Foreign Ministers. Vol, 29, No. 33, August 13-19, 1983
- Ghuman, R S. and Madaan, D K., Indo-SAARC Trade Scenario Emerging Trend and Trade of the Indian Economic Journal, Vol 47, No.3
- Govt of India, "Indian Economy New Palicies Open-up New Opportunities". May 1993.
- Gonsalves, Eric and Nancy Jetly . The Dynamics of South Asia : Regional Cooperation And SAARC, 1999
- Haas, Richard N. "South Asia : Too Late to Remove the Bomb? Orbis, Vol. 32, No 1, Winter 1988, pp. 107-18.
- Hamal, L.13. : Economic History of Nepal, Ganga Kaveri, Varanasi, 1994.
- Hafiz, M. Abdul, "Regional Problems And Prospects for Co-operation in South Asia", Biss Journal, Vol. 8, No.4, October 1987, pp 385-406.
- Heckscher, Eli. 1919. "The Effect of Foreign Trade on the Distribution of Income", Ekonomisk Tidskrify, Vol XXI.
- Hicks, George. 1990 "Explaining the Success of the Four Little Dragons : A Survey", in Seiji Naya and Akira Takayama. Eds. "Economic Development in East and Southeast Asia", Honolulu: Resource Systems Institute, East-West Centre, and Singapore : ASEAN Economic Research Institute, Institute of Southeast Asian Studies, 20-37.
- HMGN (1988), "Nepal and its Water Resources", Kathmandu : Water and Energy Comission Secretarat, Ministry of Water Resources, His Majesty's Government of Nepal.
- HMGN (1992a). "Profiles of Medium-Scale Hydro-Electric Projects" Kathmandu : Water And Energy Commission Secretariat, Ministry of Water Resources, His Majesty's Government of Nepal (June).
- H.MGN (1992b). "Hydro-electric Projects Identified for Private Investent : 1 MW To 50 MW Capacity)" (August).
- HMGN (1993). "Nepalese Legal Provision on Hydro-Power Development", Kathmandu: Ministry of Water Resources, His Majesty's Government of Nepal.
- Honavar, R.M., "South Asian Economics", IASSI Quarterly Newsletter, Vol. 3, Nos. 1/2, June 1984.
- Huq, Shamsul, M., "South Asia for Regional Co-operation : Past, Present and Future", Biss Journal, Vol. 7, No. 3, 1986, pp. 426-441.
- Humayun, Kabir Mohammad, "India, SAARC and South Asia", Regional Studies, Vol. 4, No.3, Summer 1986, pp. 67-80.

- ICID (1994) "Management of International River Basins And Environmental Challenges". Dhaka, Academic Publishers in association with the Bangladesh (ICID)
- IGSAC-II (1991) "SAARC : Moving Towards Core Areas of Cooperation" (A Report of the Independent Group on South Asian Cooperation), Colombo . FNST (September)
- IMF (2000) Direction of Trade Statistics Year Book-2000
- IMF. (1994) "Direction of Trade Statistics Year Book 1994", Washington, DC International Monetary Fund
- Jha, Hari Bansh. (1994) "Nepal-India Border Trade : Retrospect And Prospect". Paper Presented at the International Seminar on "Prospects of Duty-Free Border Trade and Special Economic Zone Between Nepal and India", (May 3,4, 1994), Kathmandu Centre for Economic and Technical Studies.
- Iftekharuzzaman, "SAARC In Progress : Achievements, Old, Problems, New Dimensions", Regional Studies, Vol. 6, No1. Winter 1987-88, PP 12-26
- Introducing Maldives", Indian and Foreign Review, Vol., 20, No. 20, August 1-14, 1983.
- Iqbal, Mohammad, "SAARC : The Urge for Co-Operation in South Asia", Regional Studies, Vol. 4, Autumn, 1986, pp, 47-64.
- Jackson, Robert, South Asian Crisis : India, Pakistan And Bangladesh. (London, 1975).
- Jaggi, Singh, "Transport Linkages in South Asia", India Quarterly, Vol. 40. Nos. 3,4 July-December 1984, pp. 277-86.
- Jones, Ronald W, and J Peter Neary. 1984. "The Positive Theory of International Trade" in "Handbook of International Economics", Vol.1, Eds. R.W. Jones and P.B. Kenen, Amsterdam. Elsevier Science Publishers, 1-62.
- Joint Communique: first meeting of South Asian Foreign Secretaries, Colombo, 23 April, 1981.
- Joy, P.A : SAARC- Trade and Development, Deepand Deep, New Delhi 1998
- Kalirajam, F.et al., Economic Integration Among Developing Countries (Paris, 1969)
- Kalirajam, K., "South Co-Operation, Trade Relations Between Indonesia And South Asia", Pakistan Development Review, Vol. 22. No. 4, Winter 1983, pp. 261-82.
- Kapur, Pratap, "SAARC : Whither, Regional Co-operation" Democratic -World, Vol. 12, No. 35, August 28, 1983.
- Kansakar, Vidya Bir Singh, "The Demographic Dimension of Regional Co-operation in South Asia", Regional Studies, No.3, Spring 1988, pp. 78-79.
- Katyal k.k. "South Asian Summitry so Near, yet so far", Frontline, Vol. 2, No. 25, December 14-27, 1985, pp. 4-12.
- SAARC : A Long Trek", Frontline, Vol. 3, No. 22, November 1-14, 1986, pp.4-9
- SAARC : Some Lessons, Frontline Vol. 4, No.13, June 27, July 10, 1987, pp. 118-20.

- Kennedy, Charles, H, "Politics of Ethnic Preference in Pakistan", *Asian Survey*, Vol 24, No 6, June 1984, pp 688-703.
- Kelly, E J . *Marketing Planning And Competitive Strategy*, PHI, New Delhi, 1976.
- Khalid, Mohammad, "Regional Solution to Individual Problems" *Pakistan And Gulf Economist*, Vo 2, No.11, March 12, 1983
- Khilhani, N M, "SAARC An Ideal South Asian Forum", *PTIFuture*, Vol 7, 11, October 15, 1986, FC 213
- Khanna, Ashok, "Market Distortions and Export Performance : India's Exports of Manufacturers in the 1970s", *Review of World Economics*, Vol. 120, No. 2, 1984, pp 348-60.
- Kitamura, Hiroshi, "Economic Theory and the Economic Integration of underdeveloped Regions", In M Wionczek ed, *Latin American Economic Integration : Experiences and Prospects* pp 42.-63 (New York, 1966).
- Karuse, Lawrence B. 1987. "The Structure of Trade in Manufactured Goods In The East and Southeast Asian Region", In C.L. Bradford and W.H. Branson, Eds., "Trade and Structural Change in Pacific Asia", National Bureau of Economic Research, Chicago: University of Chicago Press.
- Krugman, Paul. 1992 "Regionalism Vs Multilateralism : Analytical Notes", in "The new Regionalism in Trade Policy", Washington, DC: The World Bank.
- Krugman, P.R. 1991 "Is
- Kuznets, Simon. 1959. "Economic Growth", New York · The Free Press
- Kuznets, Simon. 1971. "Economic Growth of Nations. Total Output and Production Structure", Cambridge, Mass . Harvard University Press.
- Kirkpatrick, Colin. 1994 "Regionalisation, Regionalism and East Asian Economic Cooperation", *The World Economy*, 17,2 (March), 191-202.
- Langhammer, R.J. And Hiemenz 1990. "Regional Intergration Among Developing Countries", *Kieler Studien*, 232, Tübingen . J&B. Mohr.
- Lewis, S.R.; *Pakistan Industrialization And Trade Policies*, Oxford University Press, London, 1970.
- Mazels, Alfred. 1963. "Growth and Trade" Cambridge : Cambridge University Press.
- Maldives (1994). "Statistical Year Book of Maldives 1994", Male : Ministry of Planning, Human Resources and Environment, Republic of Maldives.
- Manrique, Gabriel. 1987, "Intra-Industry Trade Between Developed and Developing Countries : The United States and the NICs", *Journal of Developing Areas*, 22 (July), 481-94.
- Mukherji, Indra Nath. 1994. "Regional Trade, Investment and Economic Cooperation Among South Asian Countries", in S.P. Gupta, et al, Eds. *ibid.*, 352-57.

- Meeting of Foreign Secretaries of South Asian Countries, 1st, April 20-22, 1981, Colombo, Joint Communiqué, Colombo, April 22, 1981, Asian Recorder, Vol. 27, No. 28, July 9-15, 1981.
- Meeting of the Foreign Secretaries of South Asian Countries, 3rd, August 7-9, 1982, Islamabad, Joint Communiqué, Islamabad, August 9, 1982, Pakistan Horizon, Vol. 35, No. 3, 1982, PP. 137
- Meeting of Foreign Ministers of Seven South Asian Countries, 2nd, July 10-11, Male, Joint Communiqué, Male, July 11, 1984, Asian Recorder, Vol. 30, No. 37, September 9-15, 1984
- Meeting of Foreign Ministers of Seven South Asian Countries, 1st, August 1-2, 1983, New Delhi, "Declaration on South Asian Regional Co-operation", New Delhi, August 2, 1983, Asian Recorder, Vol. 29, No. 33, August 13-19, 1983.
- Meeting of Foreign Secretaries of South Asian Countries, 4th, Dhaka, Joint Communiqué, Dhaka, March 29, 1983, Asian Recorder, Vol. 29, No. 20, May 14-20, 1983, p. 17160.
- Mishra, K.P., Rasgotra, M., Chopra, V.D., eds., Southern Asia-Pacific : Perceptions and Strategies (New Delhi, 1988).
- Mishra, P.K., India Pakistan, Nepal And Bangladesh : India As a factor in the Intra-Regional Integration in South Asia (Delhi, 1979).
- Mishra, Promod Kumar, "Politics of South Asian Co-operation · A study in Objectivity and Viability. "Problems of Non-alignment, Vol. No.4, December 1983, February 1984, PP. 397-436
- Mansergh, Nicholas, "India and Pakistan : Whether they have turned?", International Journal, Vol. 34, No. 2, Spring 1984, pp. 460-80.
- Man Singh, Surjit, "Regional Co-Operation in South Asia . Imperatives and Obstacles", Punjab Journal of Politics, Vol. 6, No. 1, January-June 1982, pp. 130-144.
- Malla, Gehendra, Regional Co-operation in South Asia : A Nepalese Perspective", Strategic Studies Series, Nos. 6-7, Winter-Spring 1985-86, pp. 94-120.
- Mangat Ram, "Regional Plan Harmonisation and Trade Co-operation in South Asia", Foreign Trade Review, Vol. 8, No. 2, July-September 1973
- Muni, S.D., and Muni, Anuradha, Regional Co-operation in South Asia (New Delhi, 1984).
- Muni, S.D. : SAARC at the Crossroads, World Focus, Vol. 14, No.7, July 1993.
- Machlup, Fritz, Economic Integration Worldwide, Regional, Sectoral' (London, 1976).
- Mathur, Girish, "SAARC: A still born Child", Link, Vol. 29, No. 15, November 16, 1986, pp. 6-9.
- Masky, N.M. : Note on a single currency for SAARC, The Indian Economic Journal Vol. 46 No.1.
- Mehta, D S. : Amere Talking Shop, World Focus, Vol. 14, No. 7 July' 93
- MOHANAN, B. 1992. The Politics of Regionalism In South Asia, New Delhi Atlantic, 1992.

- Mukherjee, Neela, Towards SAARC Preferential Trading Arrangement in Services. The Indian Economic Journal, Vol 47 No.3.
- Mukherji, Indra Nath . SAARC Its Economic Achievements, World Fours July' 93
- NCAER & FNST 1993. " Structure and Promotion of Small-Scale Industries in India Lessons For Future Development", New Delhi : National Council of Applied Economic Research
- NPC 1992. "The Eighth Plan (1992-1997)", His Majesty's Government, National Planning Commission, Nepal.
- NRB 1994 " Trade Imbalances With India", (Economic Development And Engineering Research Institute), Economic Review, Occasional Paper, Number 7 (April 1994), 58-69.
- NRB. 1994a "Quarterly Economic Bulletin", Kathmandu Nepal Rastra Bank (January 1994).
- Narasimha Rao, P.V., Address to the South Asian Regional Co-operation Standing Committee, New Delhi, February 27, 1984, Foreign Affairs Record, vol 30, No., February 1984, pp. 71-74.
- Nehru. Jawaharlal, India's Foreign Policy: Selected Speeches, September 1946-April 1961, (Delhi : Publication Division, Government of India, 1983).
- Nizami, Arif, "South Co-operation", Seminar, No. 303, November 1984, pp 34-5.
- Ministry of External affairs, Report of the technical Committee of Telecommunications, Islamabad, 21-22 November, 1983 (SAARC/Sc/8)
- New Delhi, External Publicity Division, Ministry of External Affairs, Six-nation Summit on Nuclear disarmament : Delhi Declaration, 20 January, 1985.
- Ohlin, Bertil. 1935 " Inter-Regional and International Trade", Boston Harvard University Press.
- Oman, Charles 1994 "Globalisation and Regionalisation : The Challenge for Developing Countries", Paris : Development Centre, OECD.
- OKUN ARTHUR M. 1975, "EQUALITY AND EFFICIENCY-The Big Tradeoff : OXFORD & IBH Publishing co. New Delhi.
- Panchamukhi, V.R. 1992. "Strengthening Complementarities and Intra-regional Trade in Asia And the Pacific", (ESCAP) Economic Bulletin for Asia and the Pacific, XLIII, 2, December 1992, pp. 71-90.
- Panchamukhi, V.R. 1993. "Asian Economic Area: What it Means?" RISDigest, 10, 2&3 (September), 11-29.
- Panchamukhi, V.R., K.C. Reddy&I.N. Mukherjee. "Trade Compensation in Asia through Clearing Arrangements: The Role of India", New Delhi : RIS (Mimeo).
- Panchmukhi, V.R., et al. 1990. "Economic Cooperation in the SAARC Region : Potential, Constraints and Policies", (Research and Information. System for the Non-aligned and Other Developing Countries), New Delhi: Interest Publications.

- Paper Presented at IX Conference of U.P. Govt. Degree College, Acad. Society, December 19-20, 2000 Pant, D C "India's Trade Relations with SAARC Countries - An Analysis"
- Prebisch, Raul 1964 "Towards a New Trade Policy for Development", Report by the Secretary-General of UNCTAD, New York United Nations.
- Project SMED 1991. "A study on Automotive Spare Parts Manufacturing Industry in Sri Lanka", Colombo Friedrich Naumann Stiftung and Federation of Chambers of Commerce and Industry of Sri Lanka.
- Project SMED 1993. "A study on Die And Mould Manufacturing industry in Sri Lanka". Colombo . FNSt & FCCISL
- Parakh, H.T. "Prospect for Regional Co-operation in South Asia", Capital (Annual No.), 1978-79, pp. 135-7.
- Pant, V.P. "Economics of Regional Co-operation "South Asia forum, Vol. 1, No.1, Winter 1981, pp.43.6
- Picus, John, Trade Aid and Development . The Rich and Poor Nations (New York, 1967).
- Pant D.C.2000: "India's Trade Relations with SAARC Countries : An Analysis", "Paper Presented in U.P. Govt. Degree College cad. Society conference Dec 19-20, 2000. at Ghazipur.
- Prospects for SAARC", Mainstream, Vol. XXVi, No. 45, 20 August 1988, pp. 7-13.
- Pant, Dc., Pakistan and South Asia : Declaration on South Asian Regional Co-operation. Pakistan Horizon, Vol 36, No 3, 1983, pp. 184-1847.
- Quasim, Abul, "Regional Trade in South Asia: Need to boost Non-Traditional Exports", Thrd World, vol 5, No. 5,6 September-October and November-December 1984, pp.20-23.
- Qureshi, M.L., "Indian Development Strategy and South Asian Regional Co-operation", India Quarterly, vol. 40, Nos. 3 & 4, July-December 1984, pp. 274-76.
- Sotuh Asian Economies During 1970s: The Overall Views", south Asian Studies (Islamabad), Vol. 1, No.1, January 1984, pp 9-23.
- Rao, V.L. and R .Upendra Das 1993. "Potentials of Trade Cooperation in Asia", (Paper Presented at the International Conference on "challenges to the South in the Nineties With Spacial Refernce to the Asian Region"), New Delhi: RIS & Geneva: South Centre (March 29-31).
- Razve, Mujtaba, "South Asia and the SAARC", Pakistan Horizon, Vol. 39. No. 1, 1986, pp. 120-77.
- Rothstein, Robert L, Global Bargaining. UNCTAD the Quest for a New International Economic Order (Princeton, 1979).
- RAGHAVN, S.N., 1995. "Regional Economic Cooperation Among SAARC Countries, New Delhi, ESRF, 1995.
- Rathod. H.S., 1996-97 : Social Sector and Development India Vis-a-vis SAARC Countries, VARTA: Val XVII, April and October 1996, 1997, No.5, land 2.

- Razzaque, MA, 1998, : Human Development and Deprivation in South Asia, IEA, First Confvol. 1998.
- Sharma, L.K, "SAARC Moves Forward, "Indian And Foreign Review, Vol. 24, No.4, December 15, 1986,pp. 4-10.
- Sharma K.D., "Regional Co-operation in South Asia; India's Perceptions" Pakistan and Gulf Economist, Vol. 3, No. 15, April 14, 1984, pp.9-13.
- Saksena, K.P., Inter-Government consultation Systems for Regional Co-operation : A Background Study for South Asian Co-operation (New Delhi: ICWA, 1983).
- SAARC : India-A Partner in Co-operation, External Publicity Division, Ministry of External Affairs, New Delhi.
- SAARC Charter", Commerce, Vol. 151, No. 3891, December 21, 1985,pp. 1103-4.
- South Asia Regional Co-operation Programme, Press release (Text), New Delhi, January 10, 1984, foreign 'Affairs Record Vol. 30. No.1, January 1984, p.27.
- South Asia Regional Co-operation, Standing Committee (Chairman : M. Rasgotra), Press release on the report at the conclusion of the First.
- Srivastava, R.K., and Kothari, Rajini, "SAARC", Seminar, No. 324, August 1986,pp. 22-26.
- Sadani, Zafar, "SAARC-Steady Progress", Pakistan and Gulf Economist, Vol. 6, No. 46, November 14, 1987,pp.8-11.
- Singh, Lalit Prasad, The Politics of Economic Co-operation in Asia (Columbia, 1966).
- Satyamurthy, M.,ed., South Asian Regional Co-operation (Hyderabad, 1982).
- Subas, R., "Dynamics of Development in South Asia", Mainstream, Vol. 22, No. 49, August 4, 1984, pp. 15-9,24.
- Singh, Tarlok, "Studies for Co-operation and Development in South Asia", India Quarterly, Vol. 34, No.4, October-December 1978,pp. 516-19.
- Singh, Tarlok"Expansion of Trade between India and SARC Countries", Monthly Commentary on Indian Economic Conditions, vol. 27, No. 1, August 1985. pp. 47-50.
- Saravananthan Muttukrishna 1994. "Contraband trade and Unofficial Capital Transfers Between Srilanka And India" Economic and Political Weekly, July 23pp 1948-56
- SAARC 1991. "SAARC Study on Trade, Manufactures and Services", Kathmandu, SAARC Secretariat.
- SAARC 1993. "Agreement on SAARC preferential trading Arrangement (SAPTA), "Kathmandu, SAARC Secretariat.
- SAARC 1991c. "SAARC Study on Trade, Manufactures and Services", Kathmandu, SAARC Secretariat.
- SAARC 1994, "SAARC in Brief, Kathmandu SAARC Secretariat.
- SAARC Secretariat. "South Asian Association for Regional Cooperation", (Brochure) Kathmandu.

- Sontakki, C.N Marketing Management, Kalyani, Ludhiana, 1999.
- Todaro, Michael P. (1985) "Economic Development in the third World" Long Man, Orient
- Up-adhyaya, K.P, etal, Devaluations, Improve Trade Balances Evidence From Four South Asian Countries the Indian Economic Journal, Vol 47, No 3
- Udyashankar, B , "Limits and Limitations of SARRC", Strategic Analysis, Vol. 9, No 11, February 1986,pp. 1059-68
- U N. (2001) Trade and development Report 2000 Book well Indian edition Un CTAD. (2000) Hand Book of International Trade and development Statistics, 2000," Geneva UNCTED and New York · United Nations.
- Varma, S P and Mishra, K.P.,ed., Foreign Policies in South Asia (Bombay, 1969)
- Viswam, S., "SAARC. Potential for Regional Benefits", Democratic World. 14 (50), December 15, 1985,pp. 56.
- "Lots of Hope in SAARC", World Focus, vol 17, Nos. 11-12, November-December 1986,pp 42-44, 77.
- Varshney, R.L. and B. Bhattacharya:, "International Marketing Management-An Indian Perspective", Sultan Chand, New Delhi, 1993
- World Bank. 1992. "World Development Report, 1992" Washington D.C.. The World Bank.
- World Bank 1994a. "World Development Report, 1994", Washington, D.C.: The World Bank.
- World Bank 1994b "Global Economic Prospect and the developing Countries', Washington D C : The World Bank.
- World Bank, 1999, Knowledge for Development", (The World Development Report.-1998-99)
- Wolpert, Stanley. Roots of Conformation in south Asia (New York : OXford University Press, 1982)
- Willber, C.ed., The Political Economy of Development and Under-development (New Yourk, 1973).
- World Bank 2000 : Entering the 21st Century, (World Development Report 1999-2000) World Development Report 2000-2001
- Yambrough, B.V., and Yambrough, R.M. 1992. "Cooperation and Government in International Trade: The Strategic Organisational Approach", Prinention : Princeton University Press.

परिशिष्टियाँ*

खाराणसी/इलाहाबाद, 26 जून, 2001 13 अमर उजाला

भारत-पाक व्यापार में भारी वृद्धि संभव : सीआईआई

अमर उजाला ब्यूरो
नई दिल्ली, 25 जून

प्रधानमंत्री अटल बिहारी वाजपेयी और पाकिस्तान के नवनिर्वाचित राष्ट्रपति परवेज मुशरफ की प्रस्तावित बैठक ने दोनों देशों के बीच द्विपक्षीय आर्थिक रिश्तों में भी नई गमगाहट ला दी है। भारत के सर्वोच्च उद्योग संगठन कर्नेफेडरेशन ऑफ इंटीग्रेटेड इंडस्ट्री (सीआईआई) ने कहा है कि दोनों पड़ोसी मुल्कों के आर्थिक संबंधों को नई शुरुआत होनी चाहिए। सीआईआई ने पाकिस्तान को पुश्तान दिया है कि वह बिना देरी किए भारत को व्यापार

के क्षेत्र में सर्वोच्च प्राथमिकता वाला राष्ट्र (एमएफएन) का दर्जा दे। भारत ने काफ़ी पहले ही पाकिस्तान को एमएफएन का दर्जा दे दिया है।

सीआईआई के मुताबिक दोनों देशों को भारत-श्रीलंका स्वतंत्र व्यापार समझौते (एफटीए) के आधार पर द्विपक्षीय एफटीए कले चाहिए। इसके कारण एक दूसरे देश में निवेश करने के लिए उचित माहौल तैयार होगा और दोनों देशों के बीच आर्थिक संबंध और मजबूत होंगे। बैंबर ने कहा है कि मुक्त व्यापार समझौता होने के कारण भारत व पाकिस्तान के उद्योगियों के बीच एक दूसरे के प्रति गहरा सम्मान पैदा होगा। लेकिन साथ ही

सीआईआई का यह भी मानना है कि बेहतर आर्थिक रिश्तों के लिए सर्वप्रमुख आवश्यकता यह है कि इस क्षेत्र में राजनीतिक शैति स्थिति हो।

सीआईआई ने कहा है कि वर्ष 2005 तक भारत व पाकिस्तान का द्विपक्षीय व्यापार बढ़कर पांच अरब डॉलर के स्तर को पार कर सकता है। इस समय द्विपक्षीय व्यापार मात्र 80 करोड़ डॉलर के करीब है। बैंबर के अनुसार अगर दोनों देशों के बीच द्विपक्षीय व्यापार में वृद्धि हो, तो यह राजनीतिक रिश्ते को सुधारने में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकता है। इस समय पाकिस्तान भारत से केवल 800 वस्तुओं के आयात की

अनुमति देता है हालांकि वास्तविक रूप में इसमें से बहुत कम ही वस्तुओं का व्यापार होता है। सीआईआई ने द्विपक्षीय व्यापार को बढ़ाने के लिए कई सुझाव भी दिए हैं। बैंबर का मानना है कि इस काम में दोनों देशों की मीडिया काफ़ी महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकती है। इसके लिए भारत व पाकिस्तान के आर्थिक यंत्रकारों, बुद्धिजीवियों, प्रसिद्ध व्यावसायियों को मिलकर एक प्लेस गठित की जानी चाहिए। इसके अलावा दोनों देशों की सीमाओं पर अणुनिक सवार साधनों से सुसज्जित सीमा शुल्क केंद्र स्थापित किए जाने चाहिए।

'दोहा' में भारत के सुर में सुर मिलायेगा पाक

एजेसी, दोहा

9 नवम्बर

विश्व व्यापार संगठन (डब्ल्यूटीओ) की चौथी मंत्री स्तरीय बैठक आज देर रात यहाँ शुरू

हो गई। व्यापार और निवेश के मुद्दे पर पाकिस्तान ने भारत का समर्थन करने की हामी भर दी है। उधर, अमेरिका और यूरोपीय समुदाय ने भारत पर नये दौर की व्यापार वार्ता पर सहमत होने के लिए दबाव बढ़ा दिया है, जबकि भारत पाकिस्तान सहित कुछ एशियाई और अफ्रीकी देशों की मदद से विकसित देशों के प्रयासों को रोकने को प्रतिबद्ध नजर आ रहा है।

एक वरिष्ठ भारतीय अधिकारी ने पत्रकारों को बताया कि हमारे ऊपर अमेरिकन और यूरोपीय समुदाय की ओर से काफी दबाव है, लेकिन हमने किसी भी दबाव के आगे न झुकने का फैसला किया है, क्योंकि निवेश और प्रतिस्पर्धा जैसे मुद्दों को शामिल करना घरेलू उद्योग के लिए नुकसानदेह होगा।